



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2018

Classement de la qualité des médias 2018

Eisenegger, Mark ; Hauser, Lucie ; Schneider, Jörg ; Bachmann, Philipp ; Ingenhoff, Diana

Other titles: CQM-18

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-168624>

Published Research Report

Originally published at:

Eisenegger, Mark; Hauser, Lucie; Schneider, Jörg; Bachmann, Philipp; Ingenhoff, Diana (2018). Classement de la qualité des médias 2018. Zürich: Neidhart + Schön AG.

CQM-18

Classement de la qualité des médias 2018

Quotidiens imprimés
et en ligne

Journaux du dimanche
et magazines

Tabloïds et
journaux gratuits

Emissions de radio
et de télévision

Qualité

Table des matières

Préface	7	Tabloïds et journaux gratuits	50
Définition de la qualité et méthode	8	20 Minuten	52
Méthodologie	10	20minuten.ch	53
«Annales» et «Classement de la qualité des médias»	11	Blick	54
Résultats	12	blick.ch	55
Page d'exemple de résultats	13	watson.ch	56
Les résultats en un clin d'œil	14	20 minutes	57
Classement des groupes	16	20minutes.ch	58
Quotidiens imprimés et en ligne	18	Le Matin	59
Aargauer Zeitung	20	lematin.ch	60
Basler Zeitung	21	Emissions de radio et de télévision	62
bazonline.ch	22	SRF – 10vor10	63
Berner Zeitung	23	SRF – Echo der Zeit	64
bernerzeitung.ch	24	SRF – Rendez-vous	65
Der Bund	25	SRF – Tagesschau	66
Luzerner Zeitung	26	srf.ch/news	67
luzernerzeitung.ch	27	Tele 1 – Nachrichten	68
Neue Zürcher Zeitung	28	TeleBärn – News	69
nzz.ch	29	Tele M1 – Aktuell	70
St. Galler Tagblatt	30	TeleZüri – ZüriNews	71
tagblatt.ch	31	Léman Bleu – Le Journal	72
Südostschweiz	32	RTS – Le 12h30	73
Tages-Anzeiger	33	RTS – Le Journal	74
tagesanzeiger.ch	34	rts.ch/info	75
24 heures	35	Annexe	76
24heures.ch	36	Annexe: méthodologie fiche d'analyse	77
Le Nouvelliste	37	Annexe: échantillon médias et nombre de cas	78
lenouvelliste.ch	38	Annexe: méthodologie du sondage	79
Le Temps	39	Annexe: méthodologie: analyse de contenu	80
letemps.ch	40	Annexe: évaluation – confiance dans les titres de publication	83
Journaux du dimanche et magazines	42	Équipes de recherche	88
NZZ am Sonntag	43	Association fondatrice	89
Schweiz am Wochenende	44	Mentions légales	90
SonntagsBlick	45		
SonntagsZeitung	46		
Weltwoche	47		
WOZ Die Wochenzeitung	48		
Le Matin Dimanche	49		

Ceci est la deuxième édition de la liste comparative des meilleurs médias d'information de Suisse en termes qualitatifs. Le Classement de la qualité des médias CQM-18 analyse et évalue la qualité de 50 médias d'information de Suisse alémanique et de Suisse romande dans les domaines de la presse écrite et en ligne, de la radio et de la télévision, y compris sept titres additionnels en comparaison avec la première édition.

Le classement mesure la qualité de la couverture médiatique selon un procédé d'analyse de contenu et la perception de la qualité à l'aide d'un sondage représentatif au sein du public. Cette double mesure de la qualité est unique sur le plan national et international.

Cette année, les résultats des deux analyses coordonnées ont été combinés pour former un score global qui comprend à la fois la qualité de la couverture médiatique et la perception de la qualité par le public.

L'objectif est resté le même : Le Classement de la qualité des médias (CQM) vise à promouvoir la qualité des médias en Suisse et de renforcer la notion de qualité auprès des médias eux-mêmes et de leurs usagers. La qualité des médias d'information reste un pilier essentiel pour permettre à la société de débattre des thèmes pertinents. La qualité des médias a en effet des répercussions directes sur la qualité du discours démocratique. Le CQM est par conséquent fondé sur une conception de la qualité qui place l'utilité sociale du journalisme au cœur de sa démarche.

Il existe des différences significatives entre cette édition du CQM-18 et celle du 2016, ce qui n'est guère surprenant compte tenu de l'évolution rapide du paysage médiatique. Parmi les 50 médias d'information analysés, 15 perdent des points de qualité concernant leur couverture médiatique par rapport à 2016, alors que seulement 4 s'améliorent. Les phares du journalisme de qualité suisse ont cependant maintenu leur qualité.

Il est remarquable qu'aux yeux du public, les offres d'information de la SRG SSR ont gagné en qualité et en confiance, comme les émissions Le 12h30 et Rendez-vous. Il semble que le débat intensif sur l'initiative pour la suppression des redevances radio et télévision (No-Billag) a été plus favorable à l'image publique de la SRG SSR qu'il n'a été nuisible.



Le vainqueur de chaque groupe ainsi que le titre qui a gagné le plus de points en comparaison avec le résultat de 2016 reçoivent le Qlé d'or.

Vainqueurs de groupe 2018 :

- Neue Zürcher Zeitung et Le Temps (groupe de comparaison « quotidiens imprimés et en ligne »)
- NZZ am Sonntag (groupe de comparaison « journaux du dimanche et magazines »)
- lematin.ch (groupe de comparaison « tabloïds et journaux gratuits »)
- SRF – Echo der Zeit (groupe de comparaison « émissions de radio et de télévision »)

Le promu 2018 :

- SRF – Rendez-vous

Les pertes de qualité les plus importantes sont observées dans le secteur de la presse par abonnement régionale. Par exemple, le 24 heures (-8), la Berner Zeitung (-6) et l'Aargauer Zeitung (-6) obtiennent considérablement moins de points de qualité qu'il y a deux ans. Les facteurs décisifs sont le choix des thèmes moins équilibré et le déclin du nombre des articles de fond – il s'agit d'une baisse de diversité et de contextualisation. La pression des économies dans les rédactions a manifestement laissé des traces. Cependant, cela ne se reflète pas (encore ?) dans la perception de la qualité au sein du public.

Mais il y a également des développements remarquables du côté positif. En comparaison avec l'analyse de 2016, le SonntagsBlick a amélioré son score de qualité de la couverture médiatique de 6 points. C'est remarquable, puisqu'avant la dernière période de mesure une newsroom centrale a été établie par Ringier, qui approvisionne tous les titres avec des contenus. Chaque jeudi, la rédaction en chef et une équipe notablement réduite ont dû se battre pour les ressources humaines et les contenus pour l'édition du dimanche – aujourd'hui, il y a à nouveau une équipe éditoriale indépendante dont bénéficie évidemment la qualité.

L'abandon de l'édition imprimée du Matin par Tamedia AG peu après l'achèvement des enquêtes pour le CQM-18 a fait l'objet de vives critiques. Son édition en ligne, lematin.ch, peut fêter sa victoire sur le podium du secteur des tabloïds et des journaux gratuits. Lematin.ch marque plus de points que son homologue imprimé dans les deux dimensions. C'est une promesse pour l'avenir. Et watson.ch, le projet de prestige en ligne de l'éditeur Peter Wanner, est pratiquement au même niveau que le gagnant du groupe, lematin.ch.

La qualité n'est pas une question d'analogique ou de numérique, mais de stratégies et d'investissements de la part des maisons d'édition. Le journalisme de qualité est une mission sociale. L'Association fondatrice pour la qualité des médias en Suisse tient à le souligner à travers ce classement.

Un grand merci aux instituts qui ont réalisé cette étude, aux membres de notre association et à nos donateurs (liste disponible dans l'Association fondatrice), qui, grâce à leur généreux soutien, ont rendu possible cette étude.

Septembre 2018

Andreas Durisch,
Membre fondateur de l'Association fondatrice
pour la qualité des médias en Suisse

Définition de la qualité et méthode

Le Classement de la qualité des médias (CQM) analyse et évalue la qualité de différents médias d'information largement diffusés en Suisse alémanique et en Suisse romande. L'édition 2018 inclut 50 titres de la presse écrite, de la radio, de la télévision ainsi que des médias électroniques, ce qui revient à une inclusion de sept titres additionnels comparé à la première édition 2016. Afin de mieux couvrir le paysage médiatique de la radiodiffusion privée, les émissions d'information principales de Tele1, Tele M1 et TeleBärn ont été intégrées dans l'analyse. La Suisse orientale fait maintenant objet de l'analyse avec le St. Galler Tagblatt et son édition en ligne, et une couverture approfondie de la région de Berne a été possible avec l'intégration du Bund. Enfin, WOZ la Wochenzeitung a été ajoutée au secteur des journaux du dimanche et magazines.

Seuls des médias d'intérêt général ont été inclus, à savoir des titres qui couvrent de manière hebdomadaire au minimum un large éventail de thématiques politiques, économiques, culturelles et sociétales. L'objectif du CQM reste d'établir une liste comparative des meilleurs médias d'information de Suisse en termes qualitatifs et de représenter le développement de la qualité des médias en Suisse.

Le classement établi distingue quatre groupes différents, qui poursuivent des missions comparables.

■ Groupe de comparaison 1 : quotidiens imprimés et en ligne.

Le premier groupe se compose de quotidiens traditionnels par abonnement et de leurs éditions en ligne. Il comprend 21 titres au total: 24 heures, 24heures.ch, Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, baslerzeitung.ch, Berner Zeitung, bernerzeitung.ch, Le Temps, letemps.ch, Le Nouvelliste, lenouvelliste.ch, Luzerner Zeitung, luzernerzeitung.ch, Neue Zürcher Zeitung, nzz.ch, Tages-Anzeiger, tagesanzeiger.ch, Südostschweiz. Le Bund, le St. Galler Tagblatt et tagblatt.ch ont été intégrés cette année.

■ Groupe de comparaison 2 : journaux du dimanche et magazines.

Le deuxième groupe comprend des titres hebdomadaires, à savoir les journaux du dimanche et les magazines. Il s'agit de médias d'information qui sont en règle générale spécialisés dans la contextualisation et les articles de fond, et qui ont pour objectif la publication de contenus apportant des informations nouvelles (publication en primeur de sujets sensibles). Ce groupe comprend sept titres au total (NZZ am Sonntag, SonntagsZeitung, Schweiz am Wochenende, Weltwoche, Le Matin Dimanche et Sonntags-Blick. WOZ la Wochenzeitung a été ajoutée cette année).

■ Groupe de comparaison 3 : tabloïds et journaux gratuits.

Le troisième groupe est constitué des éditions imprimées et en ligne de tabloïds et de journaux gratuits. watson.ch change du groupe de comparaison 1 au groupe des tabloïds et journaux gratuits. Ces offres bénéficient le plus souvent d'un taux de pénétration élevé. Elles sont spécialisées dans les actualités faciles à lire et dans le divertissement. Ce groupe comprend neuf titres au total (20 Minuten, 20minuten.ch, 20 minutes, 20minutes.ch, Blick, blick.ch, Le Matin, lematin.ch, watson.ch).

■ Groupe de comparaison 4 : émissions de radio et de télévision.

Ce groupe comprend une série d'émissions d'information de radio et de télévision privées ou publiques, financées par la redevance, ainsi que leurs homologues en ligne. Ce groupe comprend treize émissions au total, soit six émissions de radio et télévision de la SRG SSR, les deux portails web de la SRG SSR, cinq émissions d'information diffusées par des chaînes privées qui ne sont pas au bénéfice d'une concession et finalement une émission de télévision privée bénéficiant d'une concession et soutenu par la redevance (SRF – Tagesschau, SRF – 10vor10, SRF – Echo der Zeit, SRF – Rendez-vous, srf.ch/news, RTS – Le Journal, RTS – Le 12h30, rts.ch/info, TeleZüri – ZüriNews et Léman Bleu – Le Journal. Les émissions d'information principales de Tele 1, Tele M1 et TeleBärn ont été ajoutée cette année).

Le projet est fondé sur une conception de la qualité reposant sur la théorie de la démocratie. Ainsi, la qualité des médias est mesurée en fonction de leur capacité à servir la fonction démocratique de la communication publique (Hagen 2015, McQuail 1992, Schatz et Schulz 1992). Les fonctions principales de la communication publique sont :

- **Fonction d'intégration** : les médias se concentrent-ils suffisamment sur les sujets pertinents pour l'intérêt général démocratique plutôt que sur les sujets relatifs à des intérêts spécifiques et privés ? Les médias évitent-ils les sujets discriminatoires, les exagérations émotionnelles et les polémiques ? Privilégient-ils un style de discours qui favorise le dialogue entre les différents groupes et courants sociaux ?

- **Fonction de surveillance** : les médias d'information exercent-ils une surveillance des institutions démocratiques ainsi que des représentants du pouvoir sur la base de motifs justes et de recherches fondées ? Agissent-ils en étant libres de toute influence étatique et économique ? Respectent-ils les principes fondamentaux du journalisme d'information de qualité dans leur couverture médiatique ? Différencient-ils par exemple les articles traitant de l'actualité des articles d'opinion, et indiquent-ils leurs sources d'information de manière transparente ?
- **Fonction de mise en relation** : les médias d'information donnent-ils un espace de parole à tous les acteurs de la société concernés ? Evitent-ils les représentations partisans ? La couverture médiatique est-elle suffisamment représentative de la diversité de la société sur le plan des thèmes, points de vue et opinions mis en lumière ?

Cette conception de la qualité reposant sur la théorie de la démocratie a une large base institutionnelle. Elle se reflète dans les exigences légales auxquelles sont soumis les diffuseurs publics et privés au bénéfice d'un mandat de prestations, dans les principes fondamentaux et les lignes directrices du journalisme professionnel, dans les compositions des conseils de la presse et des médias ainsi que dans les analyses qualitatives des sciences sociales. De même, cette conception de la qualité est profondément ancrée dans la société. Elle constitue, comme le démontre de nouveau le présent rapport scientifique, le cadre de référence utilisé par le public pour évaluer la qualité du journalisme.

La qualité des médias est opérationnalisée – rendue mesurable lors des recherches en sciences sociales – sur la base de quatre dimensions définissant la qualité :

- **Pertinence** : concentration sur des thématiques pertinentes sur le plan sociétal, relation entre actualités (hard news) et informations magazine (soft news), influence sur la formation de l'opinion politique.
- **Diversité** des thèmes et des points de vue.
- **Professionnalisme** en termes d'objectivité, de transparence dans la mention des sources et d'apport propre.
- **Contextualisation** en termes de traitement d'informations de fond sur des événements d'actualité, d'éclairage sur les relations de cause à effet, de qualité de la recherche journalistique ainsi que de part d'interprétation et d'éclairage.

Le CQM s'appuie sur deux procédés de mesure (modules) complémentaires :

Module qualité de la couverture médiatique : ce module capture la qualité de la couverture médiatique en Suisse alémanique et en Suisse romande selon un procédé d'analyse de contenus. La totalité des publications d'un titre donné est analysée sur la base d'un échantillon représentatif de toute l'année prise en considération. Ce module est placé sous la responsabilité de l'Institut de recherche sur la sphère publique et la société (fög) de l'Université de Zurich (Prof. Dr. Mark Eisenegger et son équipe).

Module perception de la qualité : ce module capture la perception de la qualité des titres évalués au moyen d'un sondage représentatif au sein du public en Suisse alémanique et en Suisse romande. Il a été placé sous la responsabilité de la Prof. Dr Diana Ingenhoff du Département des sciences de la communication et des médias (DCM) de l'Université de Fribourg en collaboration avec le Dr Philipp Bachmann de l'Institut des sciences de la communication et des médias de l'Université de Zurich (IKMZ). Les sondages ont été réalisés par l'institut GfK Switzerland.

Les deux modules relatifs à la qualité des médias ayant été réalisés sur la base d'indicateurs coordonnés, il est possible de comparer les résultats de l'analyse de la qualité de la couverture médiatique (scores qualité) avec la perception de la qualité au sein de la population mesurée au moyen de sondages en ligne. De même, cette coordination permet d'intégrer les deux mesures. Le score total représente un concept de qualité intégré qui mesure la qualité du contenu de la couverture médiatique ainsi que la perception de la population. Il démontre donc la qualité globale d'un titre.

Méthodologie : module qualité de la couverture médiatique

La qualité de la couverture médiatique a été mesurée au moyen d'une analyse de contenu des 50 titres sélectionnés.

Un échantillon représentatif de 20 931 articles a été sélectionné à partir de la couverture médiatique totale des titres retenus pour l'année 2017. Chaque article a été codé selon des normes scientifiques par des codeurs formés à cet effet (pas d'évaluation automatique de la qualité). Afin de faciliter une comparaison, les démarches de l'échantillonnage et le codage des articles n'ont pas été changés depuis la première édition en 2016. Dans cette première période, 18 365 articles de l'année 2015 d'un total de 43 titres ont fait partie de l'analyse.

Les quatre dimensions de la qualité définies ont été assorties de différents « codes » : la dimension qualitative de la pertinence a été mesurée au moyen des indicateurs « pertinence de l'article » et « pertinence des acteurs », la contextualisation au moyen des indicateurs « orientation thématique » et « part d'interprétation », et le professionnalisme au moyen des indicateurs « objectivité », « transparence des sources » et « apport propre ». La diversité proposée par les différents titres a pour sa part été mesurée au moyen des indicateurs « diversité des contenus » et « diversité géographique », qui indiquent les répartitions statistiques des codes sur l'ensemble des articles. Le codage a été soumis à un processus de contrôle permettant de garantir une mesure transparente et intersubjective valable de la qualité des médias.

Les indicateurs ont été agrégés en scores pour les dimensions de la qualité. Pour chaque titre, un score de la qualité de la couverture médiatique a été formée. L'échelle s'étend de 0 (qualité minimale) à 100 (qualité maximale).

Méthodologie : module perception de la qualité

La perception de la qualité a été mesurée – comme dans la première édition en 2016 – au moyen d'un sondage en ligne dont la conduite a été confiée à GfK Switzerland. En février et en mars 2018, un échantillon représentatif de 2169 personnes en Suisse alémanique et en Suisse romande ont été interrogés sur leur perception des 50 titres retenus en matière de qualité et de niveau de confiance. Afin de déceler des changements au fil du temps, le sondage a été effectué de la même façon qu'en 2016. L'échantillon comprenait alors 1613 personnes interrogées au sujet de 43 titres.

Partant du principe que l'on ne peut évaluer que ce que l'on connaît, les participants ont tout d'abord dû indiquer les titres qu'ils connaissent parmi les 50 retenus. Les personnes interrogées n'ont jugé et évalué que les titres qui leur étaient familiers.

La qualité de la couverture médiatique a été opérationnalisée au moyen de quatre dimensions, qui recouvraient celles du Module qualité de la couverture médiatique. Par exemple : un participant connaît l'émission Echo der Zeit. Il indique sur une échelle de cinq points son degré d'accord avec une série d'affirmations, notamment : « Echo der Zeit place des sujets importants pour la société au cœur de sa couverture médiatique » (pertinence), « ... aborde de nombreux thèmes différents » (diversité), « ... contextualise les événements dans un cadre plus large » (contextualisation) et « ... distingue clairement les actualités et les opinions » (professionnalisme).

Bien que le sondage ait été réalisé en ligne, l'échantillon de population sélectionné peut être considéré comme représentatif pour la Suisse alémanique et pour la Suisse romande, car plus de 90% de la population y a accès à Internet. En revanche, une évaluation fournie par des experts, comme elle a été réalisée dans le CQM 2016, n'a pas été implémentée pour l'année 2018. L'échantillon aurait été trop petit pour permettre des analyses significatives.

La seule adaptation par rapport à l'édition précédente a été un changement dans la visualisation des résultats, afin de faciliter une meilleure lisibilité. Les indicateurs sont maintenant agrégés sous la forme d'un score pour les dimensions qualitatives. Pour chaque titre, un score a été calculé qui représente la perception de qualité au sein du public. L'échelle s'étend de 0 (qualité minimale) à 100 (qualité maximale).

Méthodologie : agrégation des deux méthodes

Dans le premier CQM de 2016, il a été démontré que les résultats des deux méthodes, sondage au sein du public et analyse de contenu, corrèlent fortement. Cela signifie que les mesures de qualité obtenue par l'analyse de contenu correspondent considérablement avec les données obtenues par le sondage.

Compte tenu de cette corrélation, le présent rapport réunit les scores correspondants des deux méthodes afin de présenter un score global. Il se base sur le calcul de la valeur moyenne du score du sondage et du score de l'analyse de contenu. L'échelle s'étend de 0 (qualité minimale) jusqu'à 100 (qualité maximale). Ainsi, la qualité d'un titre se concrétise à travers un seul score. En plus, suivant le même modèle de calcul, des scores globaux pour les quatre dimensions de qualité ont été formés.

Une description plus détaillée de la méthodologie employée est disponible en annexe.

« Annales » et « Classement de la qualité des médias »

Les Annales de la qualité des médias existent en Suisse depuis 2010. Elles sont élaborées par la fondation « Kurt Imhof Stiftung für Medienqualität » et éditées par le fög – Institut de recherche sur la sphère publique et la société de l'Université de Zurich. Dès 2016, le Classement de la qualité des médias (CQM) de l'Association fondatrice pour la qualité des médias vient compléter ce projet tous les deux ans. Quels sont les points communs et les différences entre ces deux projets ?

Les deux projets partagent le même objectif, à savoir encourager le dialogue sur la qualité des médias en Suisse. Tous deux reposent sur la même conception de la qualité, fondée sur la théorie de la démocratie. En outre, le fög – Institut de recherche sur la sphère publique et la société de l'Université de Zurich – est impliqué dans les deux projets et assure la responsabilité de mesurer la qualité de la couverture médiatique.

En revanche, les deux projets se différencient par le fait que les Annales mettent l'accent sur les dynamiques de développement de la qualité des médias à long terme et tissent des liens entre la dynamique qualitative et des facteurs d'influence d'ordre structurel. Les Annales s'intéressent en premier lieu aux effets de l'évolution des ressources financières, humaines et temporelles sur la qualité de la couverture médiatique qu'offre le journalisme d'information.

En revanche, le Classement de la qualité des médias donne la priorité à une évaluation (classement) approfondie et actuelle de la qualité des médias. De plus, la perception de la qualité au sein de la population est prise en compte. Cette double mesure de la qualité des médias est unique sur le plan national et international.

En général, les Annales et le Classement de la qualité des médias constituent deux projets complémentaires.

CQM-18

Classement de la qualité des médias 2018

Quotidiens imprimés
et en ligne

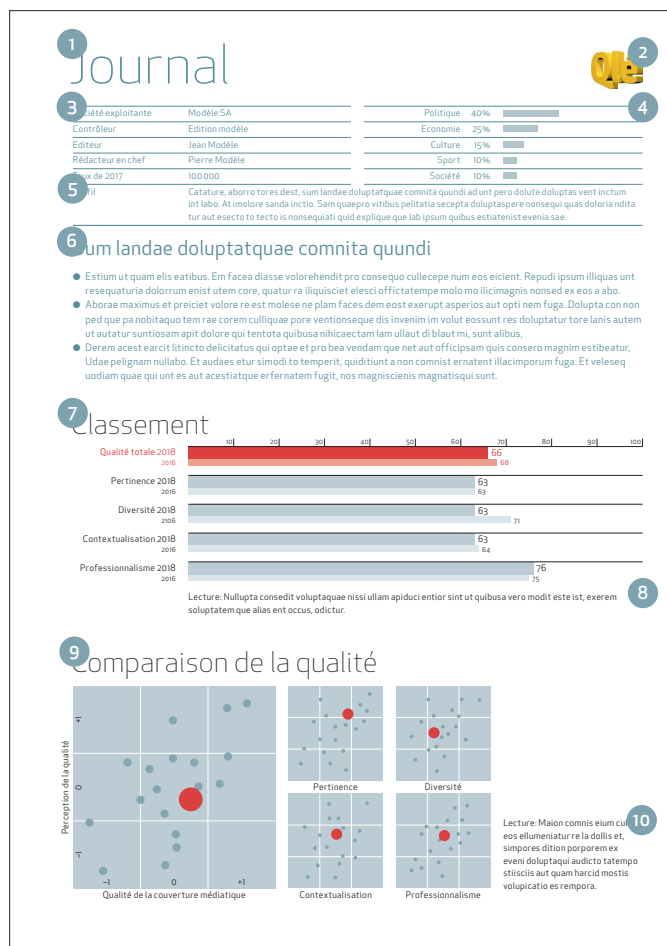
Journaux du dimanche
et magazines

Tabloïds et
journaux gratuits

Emissions de radio
et de télévision

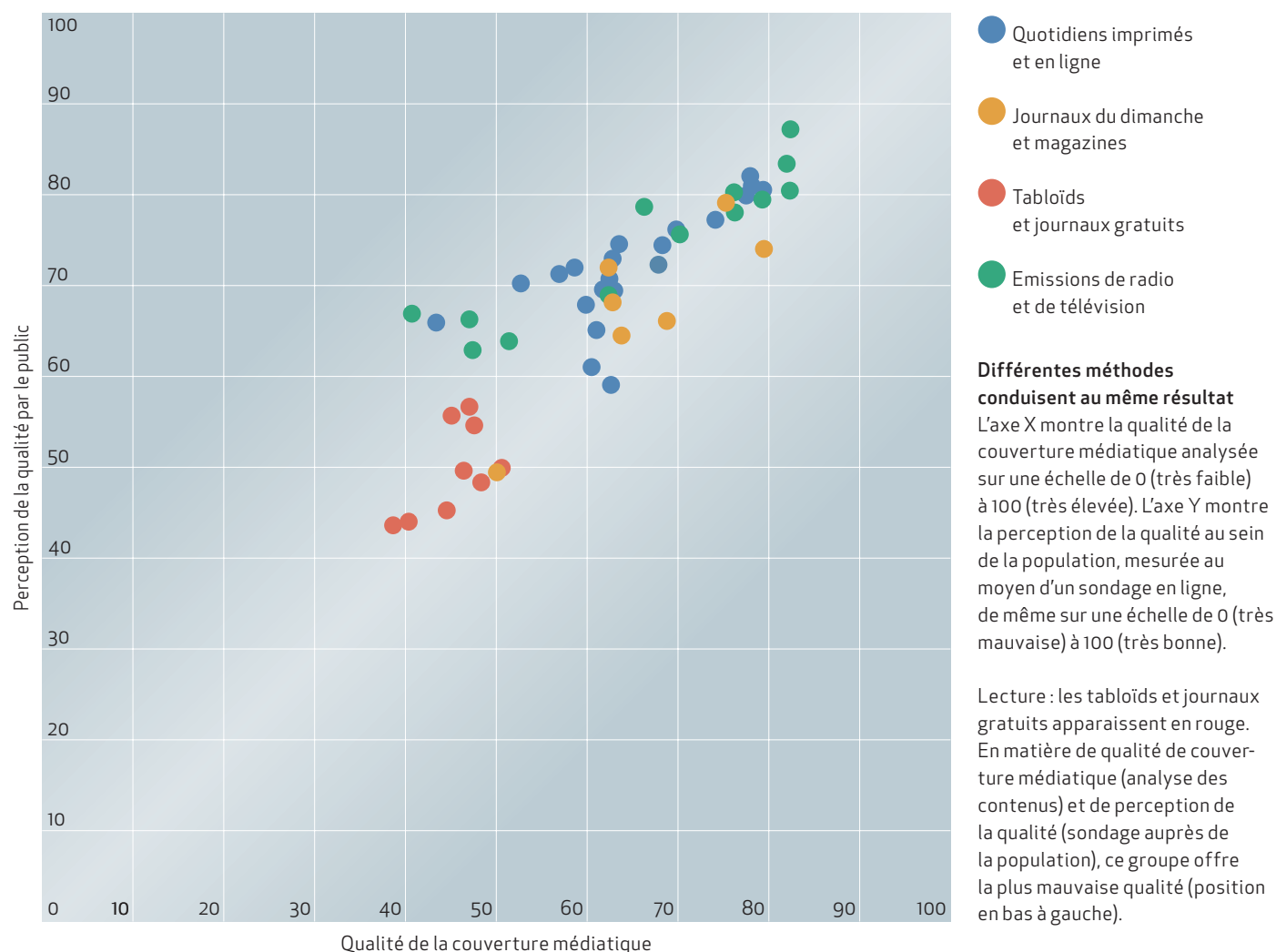
Résultats

Page d'exemple de résultats



- Nom du titre
- Le titre avec le plus grand nombre de points de qualité obtient le Qlé d'or.
- Fiche signalétique du titre (sources taux de pénétration : WEMF Mach Basic moyenne 2017-2 et 2018-1 (cRR); NET-Metrix Profile moyenne 2017-2 et 2018-1 (UUpD); Mediapulse 2017).
- Accents thématiques. Le graphique montre la répartition des contributions en % pour les divers domaines thématiques pris en compte (voir l'Annexe méthodologie : analyse des contenus).
- Pour les profils, il s'agit des informations fournies par les médias eux-mêmes. Les sources utilisées sont les sites Internet officiels, les canaux des réseaux sociaux et les rapports d'activité.
- Les principaux résultats sont résumés succinctement dans cette section.
- L'agrégation des points de qualité obtenus lors de l'analyse de contenu et du sondage facilite une évaluation de la qualité globale ainsi que des dimensions de la qualité individuelles : L'échelle s'étend de 0 à 100.
- Exemple de lecture
- La matrice de la qualité permet de comparer directement les deux méthodes de mesure. Le grand graphique représente la qualité dans son ensemble tandis que les quatre petits graphiques mettent chacun l'accent sur une dimension spécifique.
- Exemple de lecture

Les résultats en un clin d'œil



Qu'est ce qui a été analysé ?

Le Classement de la qualité des médias (CQM) analyse et évalue la qualité de différents médias d'information à large diffusion en Suisse alémanique et en Suisse romande dans les domaines de la presse, de la radio, de la télévision et du web. Au total, 50 titres qui offrent une couverture médiatique journalistique ont été analysés : journaux tabloïds, numériques, gratuits et du dimanche, magazines, sites Internet ainsi qu'émissions de radio et de télévision.

Répartition en quatre groupes

Une question s'est toutefois posée : comment comparer différents titres de manière pertinente ? Les titres analysés appartiennent à différents domaines (radio, télévision, presse écrite, web) ; leur fréquence de publication varie tout comme leurs orientations en termes de contenus (par ex. : journaux de qualité / tabloïds). La répartition utilisée, qui comprend quatre groupes – « quotidiens imprimés et en ligne », « journaux du dimanche et magazines », « tabloïds et journaux gratuits » et « émissions de radio et de télévision » – tient compte de ces particularités en termes de domaine d'activité, de fréquence de publication et d'orientation, et doit permettre de guider le lecteur et la lectrice.

Le public confirme une conception démocratique de la qualité

Les résultats de l'analyse de la qualité de la couverture médiatique (analyse de contenu) et de la perception de la qualité au sein de la population (sondage en ligne) sont fortement corrélés. C'est une corrélation qui a déjà pu être constatée dans le CQM 2016. Cela signifie qu'un titre qui offre une couverture médiatique de haute qualité est en règle générale également évalué comme une publication de qualité par les personnes sondées, et inversement. Les émissions de radio et de télévision de diffuseurs publics obtiennent de nouveau les meilleurs résultats (p. ex. Echo der Zeit, 10vor10).

Les journaux tabloïds et gratuits privés obtiennent pour leur part les plus mauvais résultats (p. ex. blick.ch ou 20 minutes) – que ce soit en format imprimé ou en ligne. Les titres des groupes « quotidiens imprimés et en ligne » (p. ex. Berner Zeitung, Tages-Anzeiger) et « journaux du dimanche et magazines » (p. ex. SonntagsZeitung, Weltwoche) se situent entre les deux. Cette forte corrélation est une confirmation d'une conception de la qualité qui repose sur la théorie de la démocratie, principe qui sous-tend le CQM.



Lecture : l'émission Echo der Zeit obtient les meilleurs résultats tant en matière de qualité de la couverture médiatique (analyse de contenu) que de perception de la qualité (sondage).

Matrice de la qualité

La matrice de la qualité est comme une loupe : elle met en lumière le résultat obtenu par les différents titres en matière de qualité de couverture médiatique (axe X) et de perception de la qualité par la population (axe Y) au sein de leur groupe de comparaison. La catégorisation distingue la qualification au-dessous de la moyenne (-1), moyenne (0) et au-dessus de la moyenne (+1). La plupart des titres analysés se positionnent sur la diagonale. Cela signifie que les deux processus d'analyse (analyse de contenu et sondage) ont conduit à des résultats concordants pour la plupart des titres. Lorsqu'un titre se situe en dehors de la diagonale, cela signifie que les deux processus ont conduit à des résultats différents. Un titre qui se situe au-dessus de la diagonale a obtenu un meilleur résultat au niveau du sondage de la population, et un titre qui se situe au-dessous a obtenu un meilleur résultat au niveau de l'analyse de contenu.

Les exceptions confirment la règle

La population estime la qualité de toutes les émissions de télévision privée, à l'exception du Journal de Léman Bleu, supérieure à la qualité constatée lors de l'analyse de contenu. Les émissions de télévision privée analysées se situent généralement au-dessus de la diagonale. Cela signifie que la qualité de la couverture médiatique diverge

dans le sens négatif de la perception des personnes interrogées. Une possible explication pourrait être l'ancrage de ces émissions dans la région. Elles ne peuvent pas se mettre à niveau avec les offres de la radiodiffusion publique, fortes en ressources, et misent donc sur une couverture ancrée dans la vie quotidienne. Cela signale, à son tour, de la proximité qui remporte l'appréciation des usagers et usagères. Cette explication éclaire de même le résultat du site d'actualités du Nouvelliste. Il s'oriente aussi davantage envers la région.

Contrairement, l'analyse de contenus atteste une qualité solide jusqu'à bonne à quelques titres qui ne sont pas appréciés dans la même mesure auprès de la population. Les titres suivants se situent généralement au-dessus de la diagonale, c'est-à-dire que la qualité est estimée moins bonne par la population. Parmi ces titres figurent la Basler Zeitung avec son homologue en ligne, Le Matin Dimanche, la Weltwoche et WOZ la Wochenzeitung. Une possible explication pour cet écart pourrait être l'orientation idéologique polarisante de ces offres. Il est donc possible que les personnes interrogées basent leur jugement concernant la qualité sur l'orientation politique des titres et qu'elles jugent l'offre moins bonne si elle diverge de leurs convictions politiques.

Classement des groupes CQM-18

Sur un total de 100 points de qualité possibles, Echo der Zeit atteint 85. Ainsi, l'émission SRF occupe la première place dans le groupe des émissions de radio et de télévision. De même, dans la comparaison globale de toutes les offres d'information analysées, aucun titre n'obtient de meilleurs résultats.

Au sein du groupe « quotidiens imprimés et en ligne », la NZZ reste victorieuse. Cependant, elle doit partager le podium cette année avec le journal le Temps. Avec 80 points de qualité chacun, les deux quotidiens par abonnement suprarégionaux se placent en tête du classement de tous les médias analysés.

La NZZ am Sonntag figure comme leader du groupe des **journaux du dimanche et magazines**. Juste derrière suit WOZ la Wochenzeitung dans le classement du groupe, elle a fait partie du CQM pour la première fois cette année. Les deux titres atteignent de même, avec 77 points, des notes de distinction dans le classement global.

A l'extrémité inférieure du spectre de qualité, lematin.ch (52 points de qualité) se place désormais en tête du groupe **tabloïds et journaux gratuits**. Le vainqueur de l'année 2016, 20minuten.ch, a perdu quatre places. watson.ch, qui a été compris dans ce groupe pour la première fois, se met presque à niveau avec le vainqueur du groupe, lematin.ch. La dernière position, avec 41 points, est de nouveau prise par le site d'actualités de Ringier, blick.ch.

Qualité globale : les gagnants et les perdants par rapport à 2016

La majorité des 50 médias d'information suisses analysés ont réussi à maintenir leur qualité globale par rapport à la dernière période de mesure. Toutefois, des changements substantiels en termes de qualité peuvent être observés pour dix titres, tant vers le haut que vers le bas.

Parmi les gagnants se trouvent les émissions d'information de radio et de télévision de la SRF : Rendez-vous et 10vor10. Ils gagnent 6 et 4 points de qualité respectivement. Bien que les deux méthodes d'analyse contribuent dans une mesure similaire à l'amélioration de qualité chez 10vor10, l'amélioration de la qualité chez Rendez-vous est fortement motivée par les résultats plus positifs du sondage. Le Temps (+5) s'est également amélioré, le principal contributeur étant l'évaluation positive obtenue lors du sondage. De plus, les deux tabloïds qui paraissent le dimanche, Le Matin Dimanche et Sonntags-Blick, s'améliorent très clairement. Alors que les personnes interrogées ont bien été une force motrice pour le résultat de Le Matin Dimanche, la bonne performance du tabloïd du dimanche de Ringier s'explique par une nette amélioration de la qualité des reportages.

Les perdants de qualité sont nzz.ch (-3 points), la Berner Zeitung (-4), la Basler Zeitung (-4), watson.ch (-4) et 20minuten.ch (-5). Les trois derniers ont obtenu moins de points de qualité selon les deux méthodes d'analyse. En revanche, la perte de points du site d'actualités de la Neue Zürcher Zeitung est principalement due à une évaluation plus négative des personnes interrogées. En revanche, la Berner Zeitung obtient des valeurs de qualité plus basses lors de l'analyse des contenus.

Qualité de la couverture médiatique : les gagnants et les perdants par rapport à 2016

Parmi les 50 médias d'information analysés, 15 perdent des points concernant la qualité de leur couverture médiatique par rapport à 2016, alors que seulement 4 s'améliorent.

Les pertes les plus importantes peuvent être observées parmi les quotidiens par abonnement régionaux : 24 heures (-8), la Berner Zeitung (-6) et l'Aargauer Zeitung (-6).

Les facteurs déterminants sont une orientation thématique moins équilibrée (diversité) et une réduction des articles de fond (contextualisation). Apparemment, la pression des économies a laissé ses traces dans les rédactions de la presse imprimée.

Dans certains cas, les titres individuels améliorent clairement la qualité de leur couverture médiatique au fil du temps. Parmi eux figurent le SonntagsBlick (+6), suivi par 20minuten.ch (+5), 10vor10 (+4), Rendez-vous (+3) et la Luzerner Zeitung (+3).

Perception de la qualité : les gagnants et les perdants par rapport à 2016

Contrairement à la tendance de détérioration de la qualité de la couverture médiatique, telle que mesurée par l'analyse de contenu, la population semble percevoir des améliorations dans la majorité des cas. Dans 15 cas, les personnes interrogées ont jugé la qualité du titre respectif nettement plus élevée qu'en 2016.

En particulier, les offres d'information de la Suisse romande ont gagné des points de qualité, indépendamment du type de média analysé. Léman Bleu (+11), Le Temps (+8), Le Matin Dimanche (+6) et l'émission de radio RTS (Le 12h30) avec +5 sont parmi les meilleures. Dans le cadre de la fusion et de la fermeture des rédactions, la crise des médias en Suisse romande s'aggrave de plus en plus. Manifestement, cette évolution amène le public à faire preuve de solidarité, ce qui se traduit par une perception de la qualité améliorée.

Une autre particularité qui se reflète dans les résultats du sondage est l'amélioration systématique dans la perception de la qualité des émissions de la SRG SSR. Il paraît évident qu'il s'agit d'un signe de confiance de la part de la population dans le contexte de la controverse sur la suppression prévue des redevances radio et télévision (initiative No Billag), qui aurait entraîné des coupes massives pour la radiodiffusion publique. Les critiques parfois véhémentes et émotionnelles quant à la SRG SSR dans l'arène médiatique publique et sur les médias sociaux ont donc contribué à la cultivation de sympathie et de la volonté de soutenir la radiodiffusion publique.

Seuls quelques titres perdent significativement des points de qualité dans le sondage, bien qu'aucune tendance claire ne puisse être observée. Dans des cas spécifiques, les changements peuvent être attribués à des transitions structurelles agitées et à des controverses publiques (p. ex. la Basler Zeitung imprimée avec -4). Les titres 20 Minuten, 20minuten.ch et watson.ch en Suisse alémanique, qui mettent un fort accent sur des actualités divertissantes, figurent parmi les perdants dans le sondage. Dans toutes les dimensions de la qualité, les personnes interrogées ont évalué la qualité de leurs offres significativement moins bonne qu'il y a deux ans.

Classement	Titre	Qualité globale	Changement p.r. au CQM-16	Qualité de la couverture médiatique	Changement p.r. au CQM-16	Perception de la qualité	Changement p.r. au CQM-16
Quotidiens imprimés et en ligne							
1 ±0	Neue Zürcher Zeitung	80.0	±0	79	±0	81	-1
1 +2	Le Temps	80.0	+5	78	+1	82	+8
2 ±0	nzz.ch	75.5	-3	74	-2	77	-4
3 nouveau	Der Bund	73.1	nouveau	70	nouveau	76	nouveau
4 ±0	letemps.ch	72.7	±0	70	-5	76	+6
5 +1	Tages-Anzeiger	71.3	±0	68	-1	74	+1
6 -1	Luzerner Zeitung	69.9	-2	68	+3	72	-7
7 ±0	24 heures	69.1	-1	64	-8	75	+5
8 nouveau	St. Galler Tagblatt	67.8	nouveau	63	nouveau	73	nouveau
9 ±0	Aargauer Zeitung	66.3	-2	63	-6	70	+2
9 +2	tagesanzeiger.ch	66.3	±0	61	-1	71	+2
10 -2	Berner Zeitung	65.4	-4	59	-6	72	-1
11 -1	bernerzeitung.ch	65.3	-1	61	+1	69	-3
12 +3	24heures.ch	65.2	+2	59	-1	72	+4
13 +1	luzernerzeitung.ch	63.9	±0	57	+1	71	-2
14 -2	Le Nouvelliste	63.7	-1	60	-4	68	+2
15 +1	Südostschweiz	63.1	±0	61	-4	65	+4
16 nouveau	tagblatt.ch	61.4	nouveau	53	nouveau	70	nouveau
17 -5	Basler Zeitung	60.7	-4	62	-3	59	-4
17 ±0	bazonline.ch	60.7	-1	60	-4	61	+2
18 ±0	lenouvelliste.ch	54.5	-2	43	-5	66	+1
Journaux du dimanche et magazines							
1 ±0	NZZ am Sonntag	77.2	+1	75	±0	79	+2
2 nouveau	WOZ Die Wochenzeitung	76.6	nouveau	80	nouveau	74	nouveau
3 ±0	Weltwoche	67.4	+1	69	-1	66	+2
4 -2	SonntagsZeitung	67.1	-1	62	-2	72	±0
5 -1	Schweiz am Wochenende	65.3	±0	63	-1	68	+1
6 -1	Le MatinDimanche	64.1	+3	64	±0	64	+6
7 -1	SonntagsBlick	49.7	+4	50	+6	49	+2
Tabloïds et journaux gratuits							
1 +2	lematin.ch	51.9	±0	47	-2	57	+2
2 -1	watson.ch	50.9	-4	47	-4	54	-3
3 +3	Le Matin	50.3	+3	45	+1	55	+5
4 +1	20minutes.ch	49.9	+2	50	+5	49	-2
5 -1	20 Minuten	48.2	-1	48	+1	48	-3
6 -4	20minuten.ch	47.9	-5	46	-4	49	-5
7 ±0	20 minutes	44.8	±0	45	±0	45	+1
8 ±0	Blick	42.3	+1	41	±0	44	+1
9 ±0	blick.ch	41.0	±0	39	±0	43	+1
Emissions de radio et de télévision							
1 ±0	SRF – Echo der Zeit	84.8	+2	83	±0	87	+3
2 +4	SRF – Rendez-vous	82.7	+6	82	+3	83	+10
3 +1	SRF – 10vor10	81.2	+4	82	+4	80	+3
4 -2	RTS – Le 12h30	79.2	±0	79	-4	79	+5
5 -2	RTS – Le Journal	78.2	±0	76	-4	80	+4
6 -1	SRF – Tagesschau	77.0	±0	76	-1	78	±0
7 ±0	srf.ch/news	72.8	±0	70	-3	75	+3
8 ±0	rts.ch/info	72.4	+2	66	-0	78	+4
9 ±0	Léman Bleu – Le Journal	65.4	-2	62	-14	68	+11
10 nouveau	TeleBärn – News	57.6	nouveau	51	nouveau	64	nouveau
11 nouveau	Tele 1 – Nachrichten	56.5	nouveau	47	nouveau	66	nouveau
12 -2	TeleZüri – ZüriNews	55.1	+1	47	+1	63	+1
13 nouveau	Tele M1 – Aktuell	53.8	nouveau	41	nouveau	67	nouveau

Quotidiens imprimés et en ligne

La presse par abonnement fait face à un changement de paradigme. L'évolution des habitudes des utilisateurs, un lectorat et des recettes publicitaires en baisse ont contribué à d'importants processus de concentration. Ces phénomènes sont accompagnés par de multiples développements : La fusion de rédactions autrefois séparées dans des newsrooms intégrées, la création des rédactions centrales ou bien des centres de compétence, des coentreprises entre des maisons d'édition, de multiples mesures d'économies, la suppression de titres, comme par exemple Le Matin, le recours à l'automatisation, le journalisme robot, des mesures d'efficacité et enfin la suppression de postes de journalistes. La réduction des ressources financières, humaines et temporelles a des conséquences sur la qualité du journalisme d'information. De plus, la numérisation croissante met les journaux en ligne et imprimés sous pression. Les stratégies numériques sont renforcées, alors que les rendements espérés peinent toujours à se concrétiser. Les usagers ont une aversion prononcée envers la publicité en ligne. De plus, les fournisseurs d'information indigènes doivent affronter la pression exercée par les géants du web Facebook et Google. En effet, ceux-ci engagent

d'importantes recettes publicitaires qui font ensuite défaut au journalisme d'information. De plus, ces géants du web se positionnent également comme des agrégateurs d'actualités, mettant en péril les marques de médias traditionnelles. Finalement, l'utilisation de plus en plus répandue de contenus journalistiques professionnels à travers les plateformes des géants du web affaiblit la fidélité à la marque des utilisateurs et utilisatrices. Cet affaiblissement réduit la base de revenus du journalisme d'information professionnel à son tour. Les groupes de presse réagissent à ces défis par différentes stratégies numériques. Des paywalls imperméables (« hard paywalls ») ou partiels (« metered paywalls ») sont mis en place, des collaborations avec les géants du web sont développées, la coopération entre les maisons d'édition est intensifiée, l'amélioration des droits d'auteur et droits voisins est demandée et des alliances publicitaires sont conclues.



Qualité de la couverture médiatique et perception de la qualité au sein de la population

Pour l'analyse de contenu (l'axe X) et le sondage (l'axe Y), le graphique montre si un titre atteint des valeurs de qualité inférieures à la moyenne (-1), moyennes (0) ou supérieures à la moyenne (+1) en comparaison avec son groupe. Pour les titres qui se situent en diagonale, les deux méthodes ont produit des résultats analogues. Pour les titres en dehors de la diagonale, les résultats de l'analyse de contenu et du sondage diffèrent. Les points positionnés au-dessus de la diagonale démontrent que les titres correspondants ont vu s'attribuer une qualité supérieure dans le sondage. Si les titres se situent en dessous de la diagonale, ils ont obtenu un résultat supérieur dans l'analyse de contenu.

Lecture : En comparant la Südostschweiz avec les autres quotidiens imprimés et en ligne, on observe qu'en matière d'analyse de contenus, la qualité mesurée est dans la moyenne. Dans le sondage, le titre obtient des résultats inférieurs à la moyenne.

Le Temps rejoint la tête du classement

Les choses bougent dans le secteur de la qualité supérieure.

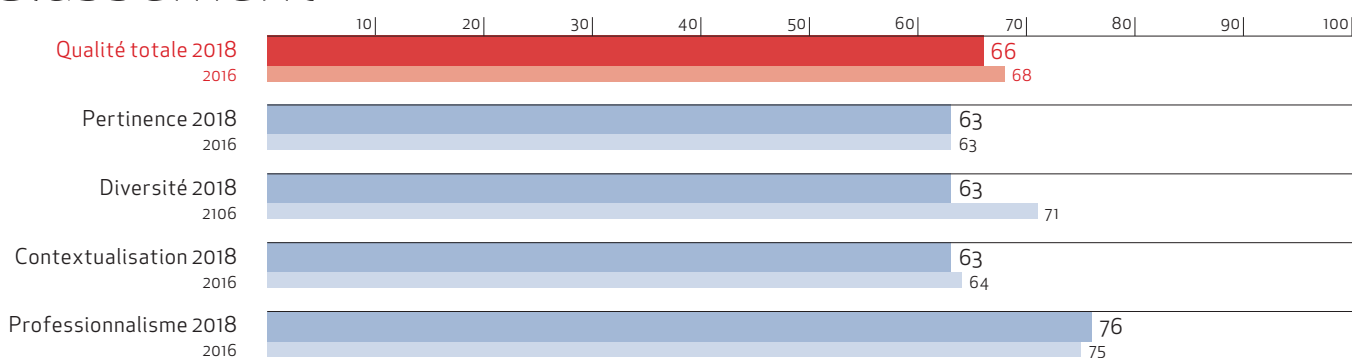
La NZZ maintient sa performance remarquable, sa présence en ligne perd pourtant quelques points de qualité. Le grand gagnant est Le Temps. Le quotidien de qualité de la Suisse romande est beaucoup plus apprécié par ses lecteurs qu'il y a deux ans. Le Temps se met donc à un niveau d'égalité avec la NZZ, les deux titres se positionnent en tête du groupe des quotidiens imprimés et en ligne. Le Bund, nouveau dans le classement, se positionne de même dans le tiers supérieur, au même niveau que letemps.ch. Le journal traditionnel de Berne se distingue légèrement du Tages-Anzeiger, dans les deux méthodes d'analyse, bien que les deux quotidiens soient approvisionnés par la même rédaction centrale. Lenouvelliste.ch ferme la marche. Une fois de plus, l'hypothèse est confirmée que les éditions en ligne ne peuvent pas tout à fait suivre le rythme de leurs homologues imprimés. Seuls les sites d'actualités de la Berner Zeitung et de la Basler Zeitung obtiennent les mêmes résultats que les éditions imprimées respectives. La majorité des quotidiens imprimés et en ligne analysés se situent dans la moyenne, au sein des deux méthodes d'analyse. C'est le cas tant pour la qualité de la couverture médiatique que pour le sondage au sein de la population. Quatre offres d'information diffèrent de ce modèle. L'édition en ligne de la St. Galler Zeitung est sur un pied d'égalité avec d'autres sites d'actualités régionaux dans le sondage, mais l'analyse de la qualité de la couverture donne au titre une note inférieure à la moyenne. Cependant, la Südostschweiz et la Basler Zeitung – imprimée et en ligne – obtiennent de bons résultats dans l'analyse de contenu, alors que le public estime leur qualité en dessous de la moyenne du groupe.

Société exploitante	AZ Zeitungen AG	Politique	30%	
Contrôleur	AZ Medien AG	Economie	12%	
Editeur	Peter Wanner	Culture	17%	
Rédacteur en chef	Patrik Müller	Sport	14%	
Taux de 2017	195000	Société	27%	
Profil	Quotidien à ancrage régional, qui dessert le canton d'Argovie et sa région. Actualités et informations de fond sur la politique, l'économie, le sport et la culture, au niveau régional, national et international.			

L'analyse de contenu montre : moins de diversité qu'avant

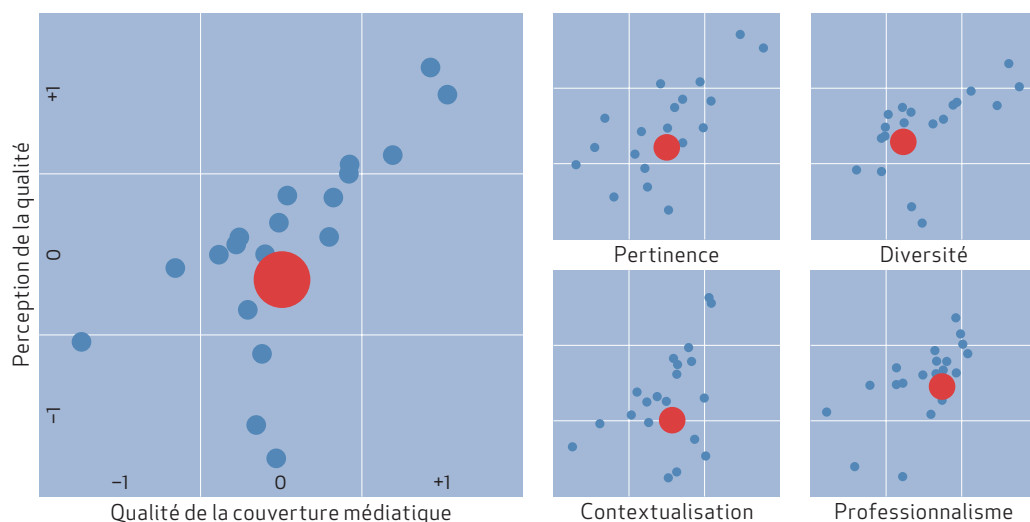
- L'Aargauer Zeitung maintient sa position au milieu du groupe des quotidiens imprimés et en ligne.
- Les personnes interrogées apprécient la performance de l'Aargauer Zeitung surtout en ce qui concerne la dimension du professionnalisme. La qualité solide est encore plus clairement confirmée par l'analyse de contenu. Ainsi, l'Aargauer Zeitung offre des articles objectifs et une grande transparence en matière de sources.
- Les pertes dans la dimension de la diversité s'expliquent exclusivement par la tendance négative des résultats de l'analyse des contenus par rapport à la dernière analyse. Cependant, le public ne confirme pas cette évolution et continue à attester à l'Aargauer Zeitung une qualité solide dans cette dimension.

Classement



Lecture : L'Aargauer Zeitung obtient 66 points de qualité sur 100 en 2018.
Dans la dimension de la qualité « professionnalisme », le titre gagne 1 point.

Comparaison de la qualité



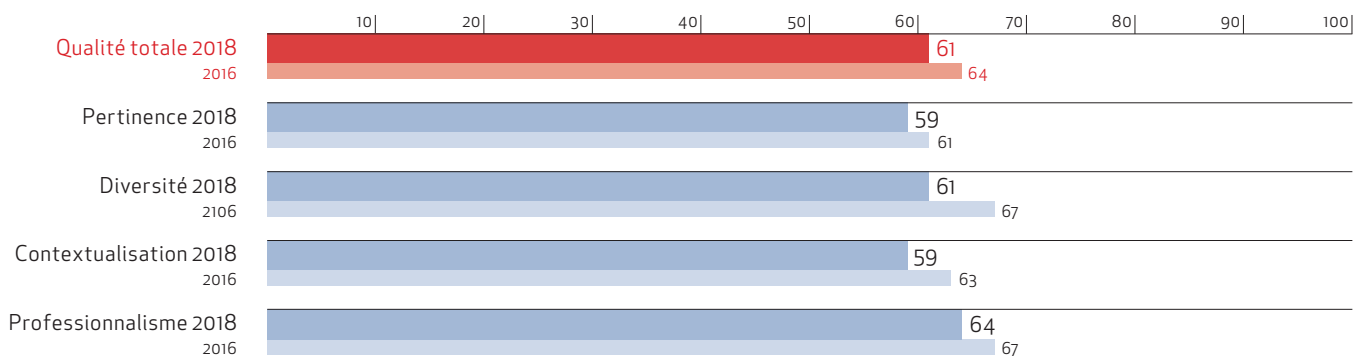
Lecture : Les personnes interrogées ont évalué la qualité de l'Aargauer Zeitung de manière très similaire à l'analyse de contenu. Seule la contextualisation est estimée légèrement inférieure par les personnes interrogées.

Société exploitante	Basler Zeitung Medien	Politique	30%	<div></div>
Contrôleur	Basler Zeitung Medien	Economie	13%	<div></div>
Editeur	Markus Somm	Culture	16%	<div></div>
Rédacteur en chef	Markus Somm	Sport	17%	<div></div>
Taux de 2017	104 000	Société	24%	<div></div>
Profil	Quotidien contemporain, moderne et sans appartenance politique, qui propose un panorama complet de l'actualité régionale, nationale et internationale, ainsi que des articles de fond, analyses et commentaires sur des sujets d'importance.			

Le lectorat sanctionne la BaZ

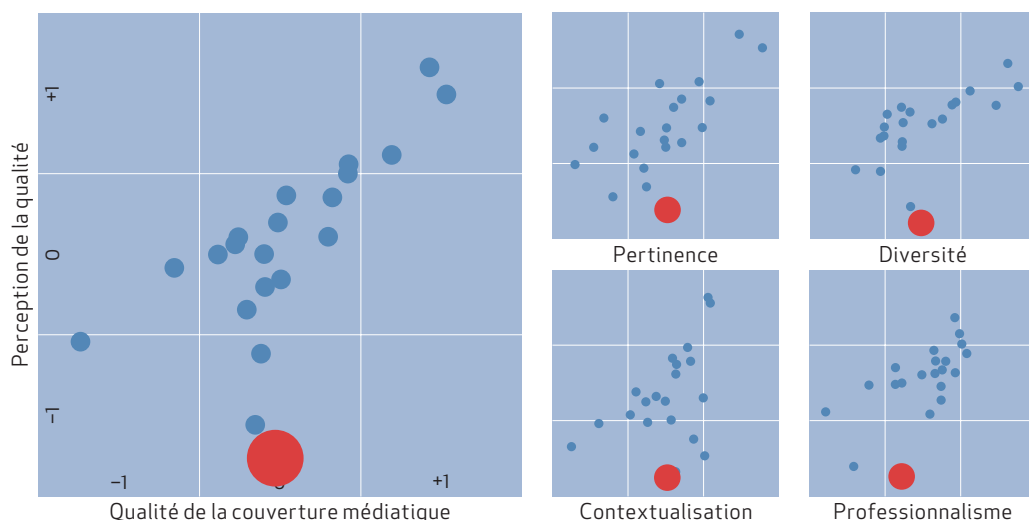
- La Basler Zeitung s'en sort mal, principalement en raison des résultats du sondage, se classant avant-dernière dans le groupe des quotidiens imprimés et en ligne.
- La population ressent l'absence d'une couverture diversifiée, qui distingue clairement entre actualités et opinion et qui s'appuie sur des arguments plutôt que sur des émotions. Les déficits de qualité exprimés indiquent que la population perçoit le quotidien comme partisan ou proche de l'UDC. En conséquence, il est jugé de manière critique. Il reste à voir dans quelle mesure l'acquisition par Tamedia pourra initier un changement de perception.
- La Basler Zeitung perd cinq rangs dans le temps, perdant des points dans toutes les dimensions de qualité. Bien que l'analyse des contenus ait jusqu'à présent confirmé des résultats acceptables pour le titre, ceux-ci sont actuellement en légère baisse.

Classement



Lecture : La BaZ obtient 61 points de qualité sur 100 en 2018 et perd 3 points de qualité par rapport à la dernière période de mesure. Dans la dimension de la qualité « diversité », la différence est -6 points.

Comparaison de la qualité



Lecture : Les personnes interrogées estiment la qualité de la BaZ différente de ce que constate l'analyse de contenu. Les résultats obtenus lors du sondage sont sans exception notablement inférieurs à ceux de l'analyse de contenu.

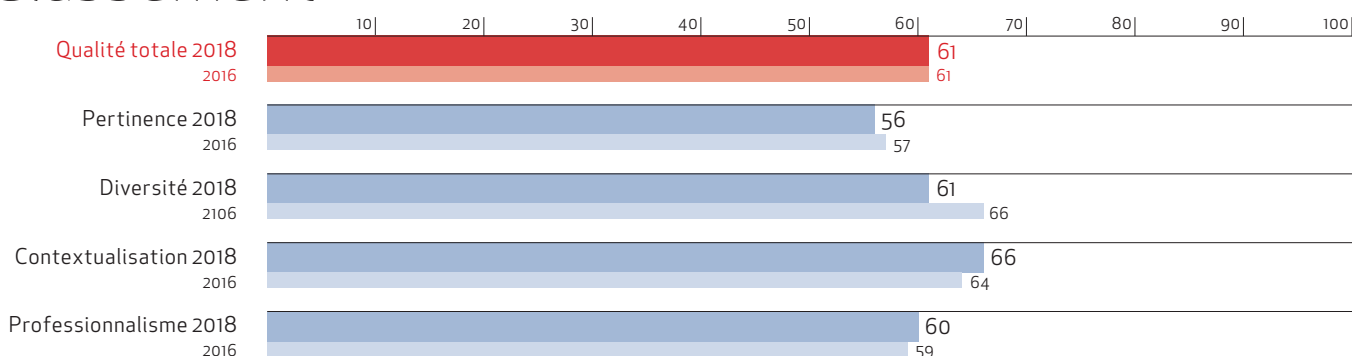
Société exploitante	Basler Zeitung Medien
Contrôleur	Basler Zeitung Medien
Editeur	Markus Somm
Rédacteur en chef	Markus Somm
Taux de 2017	58500
Profil	Site Internet de la Baslerzeitung.

Politique	27%	
Economie	8%	
Culture	11%	
Sport	8%	
Société	46%	

Sondage au sein du public : L'édition en ligne dépasse l'édition imprimée

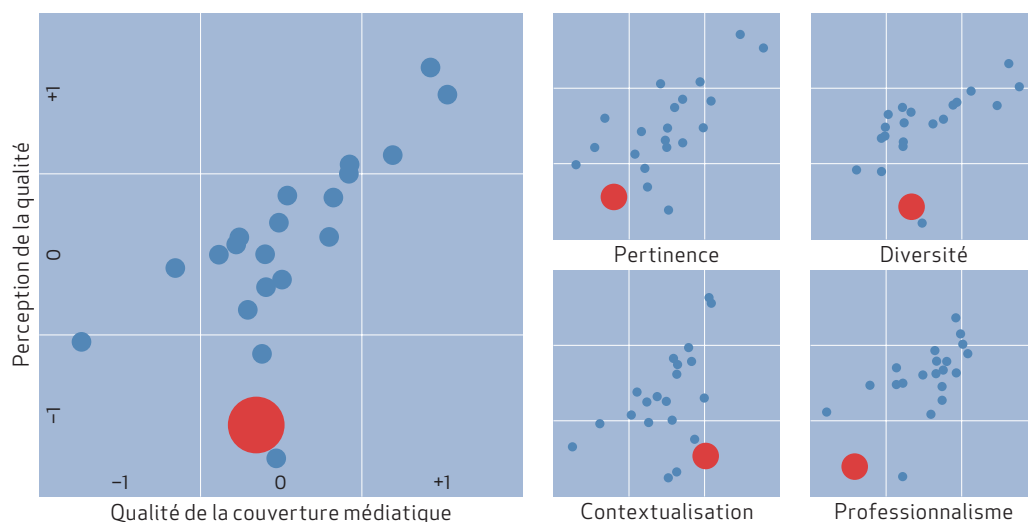
- Le site d'actualités partage avec son homologue imprimé l'avant-dernier rang dans le groupe des quotidiens imprimés et en ligne.
- L'édition numérique de la Basler Zeitung reçoit des notes nettement inférieures à la moyenne lors du sondage. La qualité du contenu se situe dans le milieu inférieur. En termes de contextualisation, l'analyse de contenu constate même des résultats légèrement supérieurs à la moyenne. D'autre part, la proportion élevée d'articles au contenu émotionnel exerce un impact négatif sur le résultat obtenu.
- Le site d'actualités peut maintenir sa qualité globale par rapport à 2016 en compensant la baisse dans la dimension de la diversité par des résultats légèrement meilleurs dans les autres dimensions de qualité.

Classement



Lecture : bazonline.ch obtient 61 points de qualité sur 100 en 2018, ce qui est le même résultat que dans la dernière période de mesure. Dans la dimension de la qualité « diversité », le titre perd 5 points.

Comparaison de la qualité



Lecture : Les personnes interrogées ont tendance à estimer la qualité de bazonline.ch inférieure à celle constatée dans l'analyse de contenu.

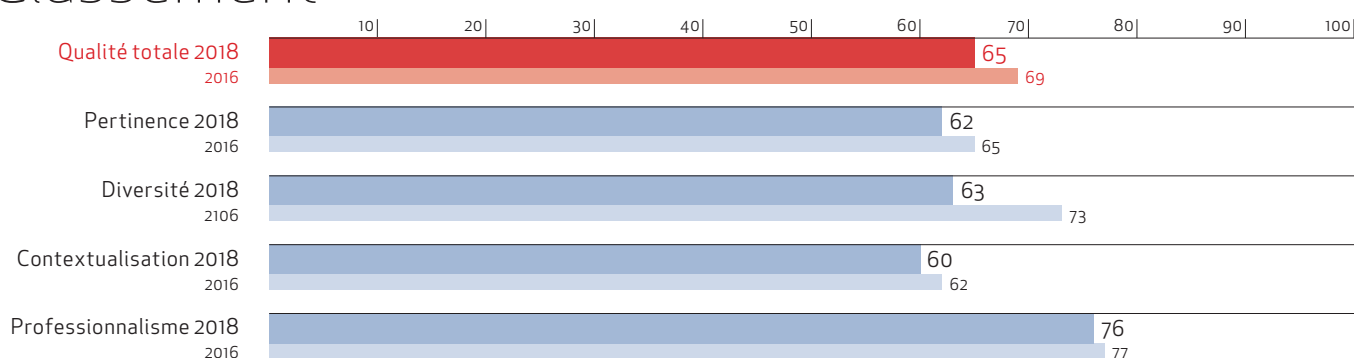
Société exploitante	Espace Media AG
Contrôleur	Tamedia AG
Editeur	Pietro Supino
Rédacteur en chef	Peter Jost
Taux de 2017	323 000
Profil	Plus grand quotidien de l'Espace Mittelland.

Politique	32%	
Economie	10%	
Culture	9%	
Sport	21%	
Société	28%	

Moins pertinent, moins diversifié

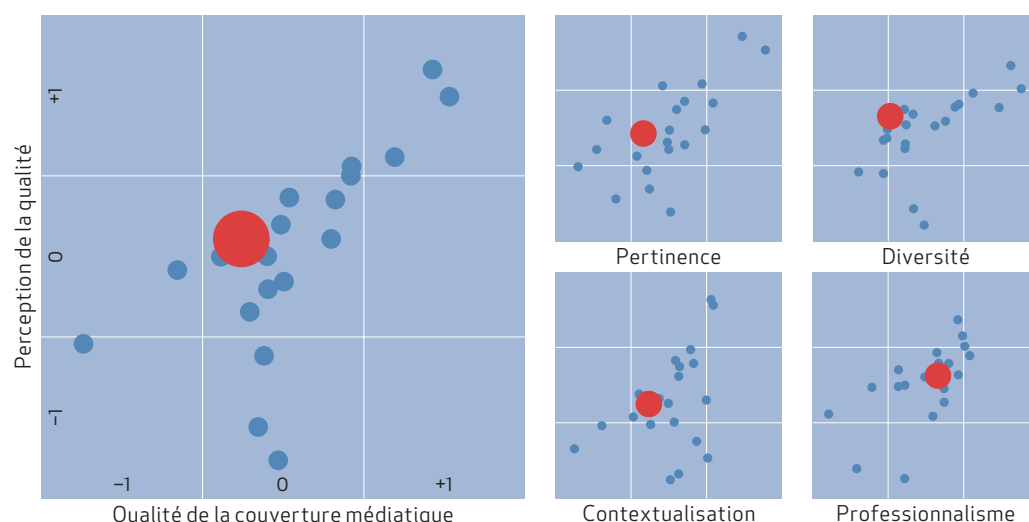
- La Berner Zeitung reste au milieu de son groupe de comparaison, elle atteint le dixième rang. Cela revient à une perte de deux places par rapport à il y a deux ans.
- Le public apprécie le plus grand quotidien du canton de Berne et l'analyse de contenu montre de nouveau un degré relativement élevé de transparence lorsqu'il recourt à du matériel d'agences. En même temps, il fournit moins de contenus propres que les autres journaux régionaux.
- Il y a deux ans, on a constaté que tout allait bien chez la « BZ ». Cependant, les chiffres actuels montrent que le journal n'offre plus un éventail aussi complet des thématiques pertinents, ce qui affecte négativement les résultats dans la dimension de la pertinence et de la diversité. Cette évolution est principalement due aux résultats de l'analyse des contenus. Il reste à voir comment la rédaction centrale de Tamedia influencera la qualité du contenu du journal.

Classement



Lecture : La Berner Zeitung obtient 65 points de qualité sur 100 en 2018 et perd ainsi 4 points par rapport à la dernière période de mesure. Dans la dimension de qualité « diversité », le titre perd 10 points.

Comparaison de la qualité



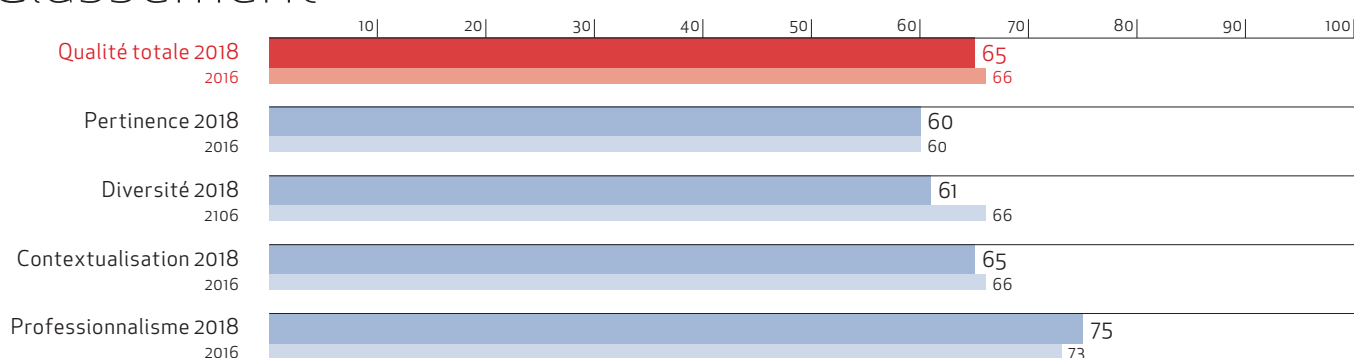
Lecture : Les personnes interrogées ont évalué la qualité de la Berner Zeitung de manière très similaire à l'analyse des contenus. Ce n'est que dans la dimension de la diversité que le titre obtient des notes plus élevées dans le sondage que dans l'analyse de contenu.

Société exploitante	Espace Media AG	Politique	31%	
Contrôleur	Tamedia AG	Economie	12%	
Editeur	Pietro Supino	Culture	8%	
Rédacteur en chef	Peter Jost	Sport	14%	
Taux de 2017	70 000	Société	34%	
Profil	Actualités, analyses, photos et vidéos consacrées à la politique, à l'économie, au sport, à la culture, à la science, à la technique, à l'automobile et bien plus encore.			

Plus d'informations de fond en comparaison avec l'édition imprimée

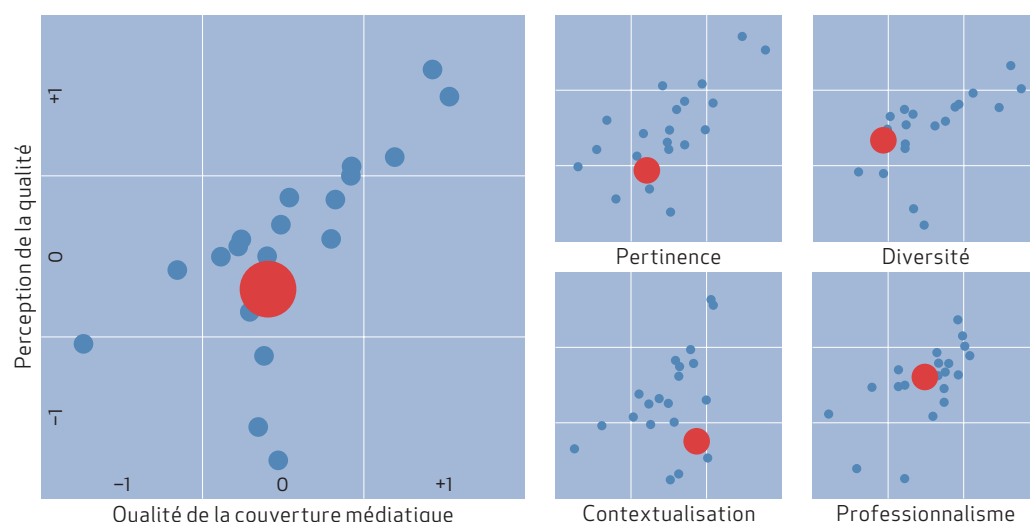
- Le site d'actualités de la Berner Zeitung est une exception réjouissante : Sa qualité n'est pas inférieure à celle de l'édition imprimée. Dans l'ensemble, il prend le 11ème rang au classement de groupe.
- Les deux méthodes d'analyse conduisent à des évaluations de qualité analogues. En outre, l'analyse de contenu constate une offre plus vaste d'articles de fond et plus d'apport propre que dans la Berner Zeitung imprimée. Cela semble être un effet du réseau Newsnet, qui a augmenté les ressources journalistiques accessibles à la présence en ligne de la Berner Zeitung.
- La qualité globale du site d'actualités n'a changé que légèrement par rapport à 2016. Le moteur d'une légère diminution de qualité est une réduction de diversité. Conformément à l'analyse de contenu, les personnes interrogées ont attesté que le site d'actualités avait une couverture moins diversifiée qu'il y a deux ans.

Classement



Lecture : La BZ en ligne obtient 65 points de qualité sur 100 en 2018 et perd 1 point de qualité par rapport à la dernière période de mesure. Le portail perd 5 points dans la dimension de la qualité « diversité ».

Comparaison de la qualité



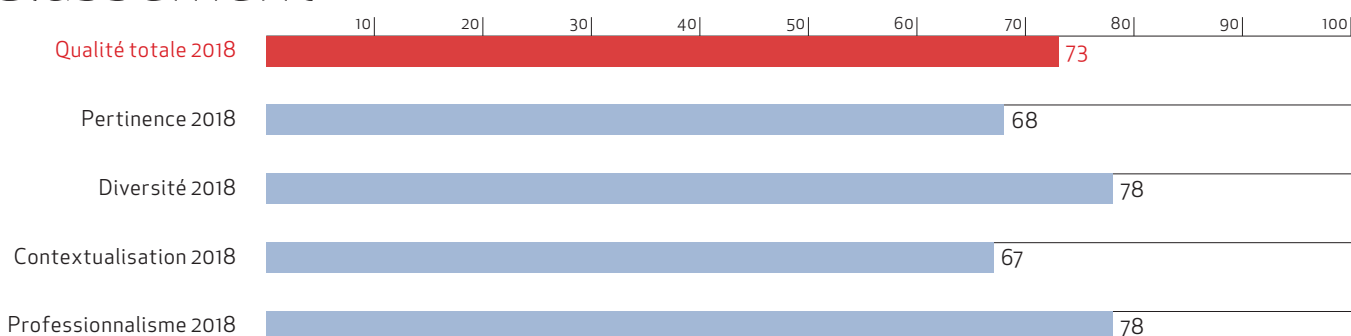
Lecture : Les répondants évaluent la BZ en ligne de manière très similaire à l'analyse de contenu. En ce qui concerne la contextualisation, le portail atteint des valeurs inférieures lors du sondage que dans l'analyse de contenu.

Société exploitante	Espace Media AG	Politique	37%	<div></div>
Contrôleur	Tamedia AG	Economie	13%	<div></div>
Editeur	Pietro Supino	Culture	16%	<div></div>
Rédacteur en chef	Patrick Feuz	Sport	15%	<div></div>
Taux de 2017	323 000	Société	19%	<div></div>
Profil	Depuis plus de 160 ans, le titre Der Bund est le quotidien de la capitale fédérale. Grâce à ses articles de fond, à ses analyses des secteurs politique, économique, local, culturel et sportif, et à ses reportages et à ses commentaires perspicaces, ce titre traditionnel est synonyme de plaisir de la lecture au quotidien.			

Le quotidien traditionnel a pu convaincre

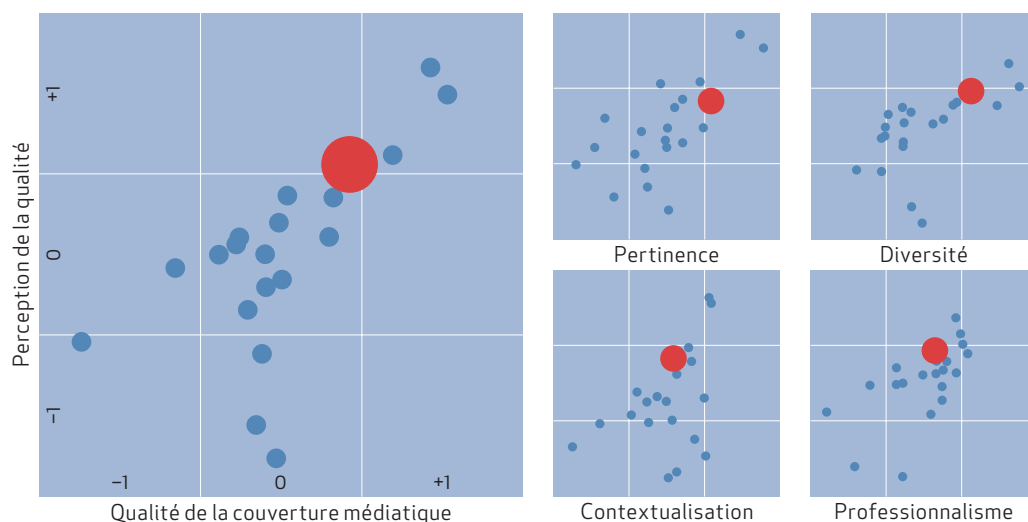
- Le Bund est parmi les titres nouvellement intégrés dans le CQM et se classe troisième dans le groupe des quotidiens imprimés et en ligne. Il se positionne juste devant le Tages-Anzeiger.
- La satisfaction du public avec la qualité offerte est au-dessus de la moyenne. Dans la dimension de la pertinence, l'analyse des contenus mesure même une valeur supérieure à celle de nzz.ch.
- Malgré la collaboration éditoriale très intense entre le Bund et le Tages-Anzeiger, le quotidien traditionnel de Berne offre des contenus plus diversifiés et plus riches en informations sérieuses que ceux du Tages-Anzeiger zurichois. Le Bund offre une valeur ajoutée en comparaison avec le « Tagi », en particulier avec sa couverture régionale, qui met l'accent sur des informations politiques préparées de manière objective et sur la transmission d'informations de fond.

Classement



Lecture : Le Bund obtient 73 points de qualité sur 100 en 2018.
Le quotidien a été ajoutée à la série de mesures en 2018.

Comparaison de la qualité



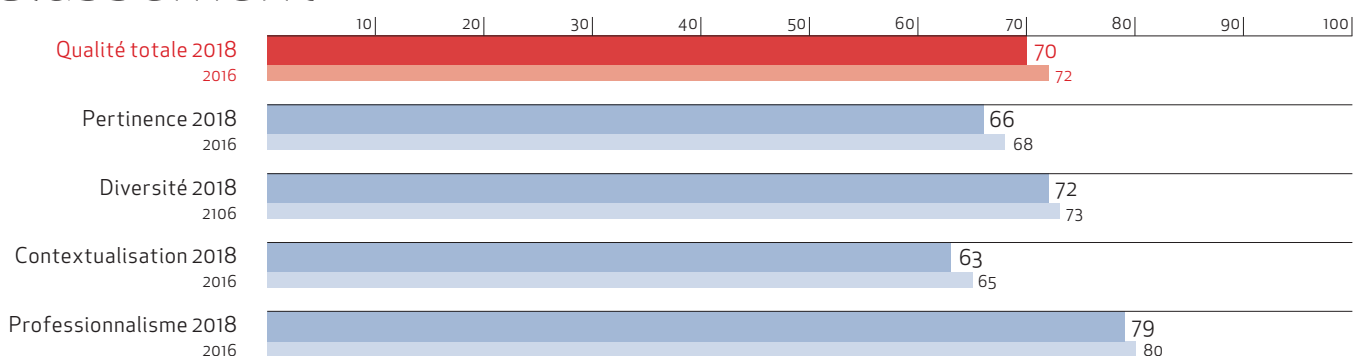
Lecture : Les personnes interrogées ont estimé la qualité du Bund de la même manière que l'analyse des contenus. Il n'y a pas de différences significatives.

Société exploitante	LZ Medien Holding AG	Politique	36%	
Contrôleur	NZZ-Mediengruppe	Economie	13%	
Editeurin	Doris Russi Schurter	Culture	13%	
Rédacteur en chef	Jérôme Martinu	Sport	20%	
Taux de 2017	287 000	Société	19%	
Profil	La voix journalistique de référence de Suisse centrale, avec une portée nationale. Elle offre une place à des opinions différentes, accorde une place au quotidien au-delà de la politique, de l'économie et de la culture.			

Le public est plus critique qu'auparavant

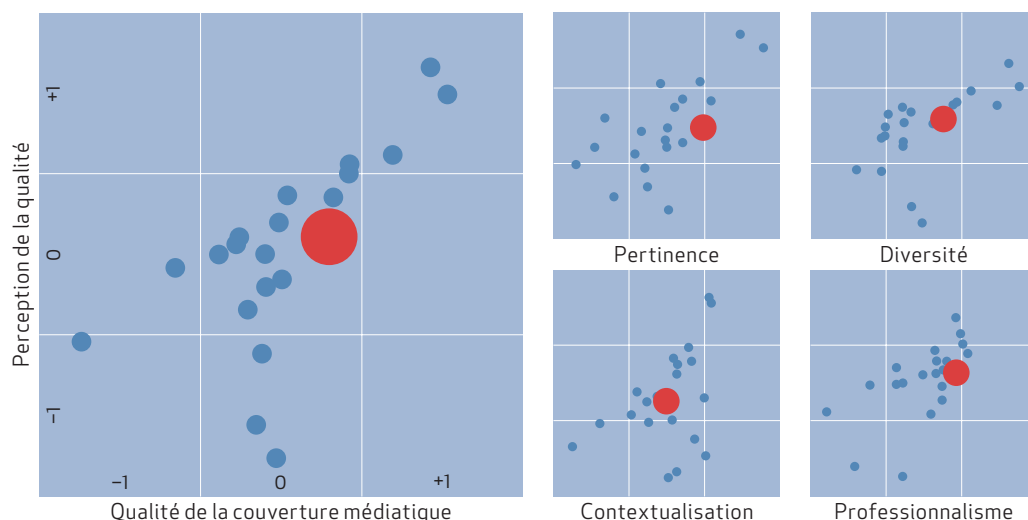
- La Luzerner Zeitung est classée 6ème et se situe donc dans le tiers supérieur du CQM des quotidiens imprimés et en ligne.
- Le journal régional se distingue par son haut degré de professionnalisme : Le contenu est caractérisé par une transparence exemplaire grâce à une déclaration de source à 99%, un style objectif et une part relativement importante d'apports propres.
- En 2016, le public a jugé que la qualité de la Luzerner Zeitung était très bonne, bien que l'analyse de contenu n'ait attesté que des performances moyennes. Dans le sondage actuel, cependant, l'évaluation est nettement plus faible, en particulier en ce qui concerne la pertinence des sujets. Le public de la région de Lucerne craint-il que la joint venture entre le propriétaire de la Luzerner Zeitung, le groupe de médias NZZ, et AZ Medien n'entraîne un déclin de l'indépendance du journal ou une réduction de l'information régionale et locale ?

Classement



Lecture : La Luzerner Zeitung obtient 70 points de qualité sur 100 en 2018 et perd deux points par rapport à la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



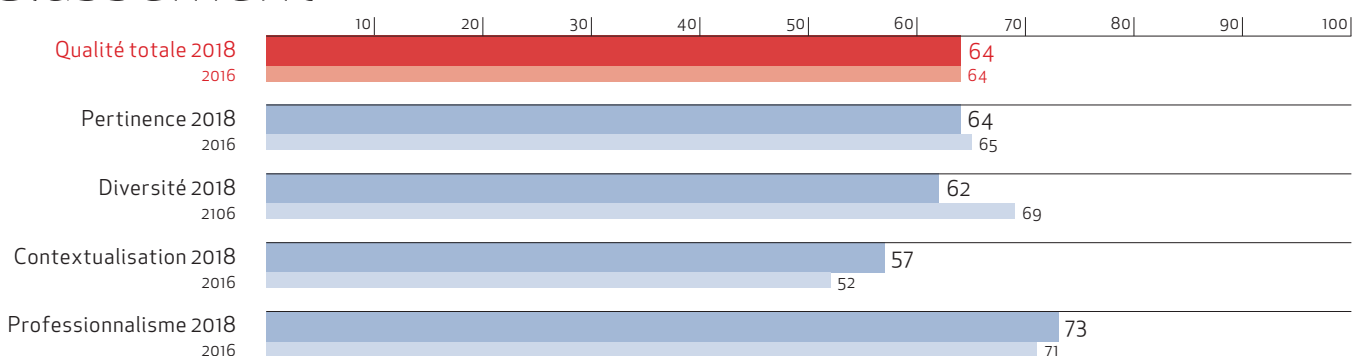
Lecture : Les personnes interrogées ont tendance à juger la qualité de la Luzerner Zeitung moins bonne que le constate l'analyse de contenu.

Société exploitante	LZ Medien Holding AG	Politique	27%	
Contrôleur	NZZ-Mediengruppe	Economie	15%	
Editeurin	Doris Russi Schurter	Culture	16%	
Rédacteur en chef	Robert Bachmann	Sport	12%	
Taux de 2017	71500	Société	29%	
Profil	Neue Luzerner Zeitung en ligne, actualités de Lucerne et de Suisse centrale – l'actualité minute par minute, 24h/24.			

Le troc : moins de diversité, plus de contextualisation

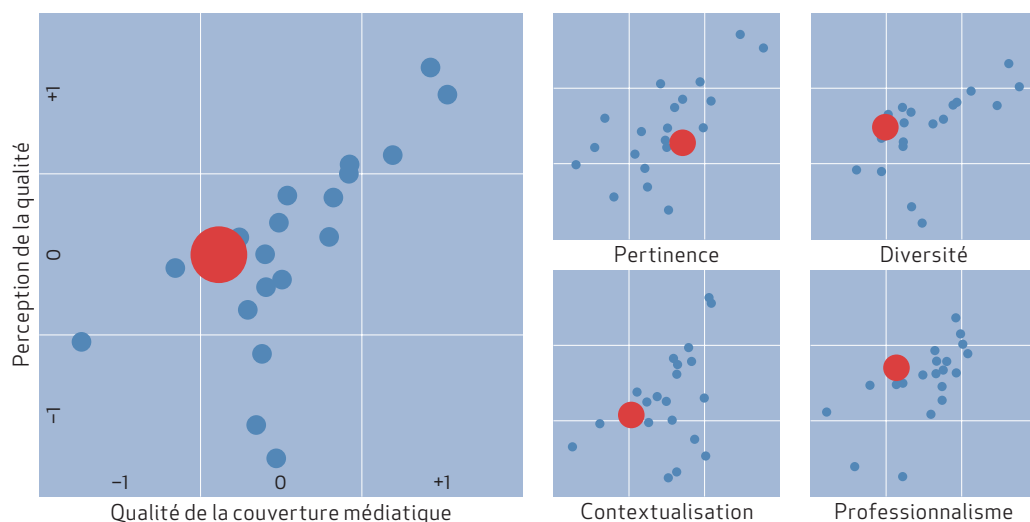
- La présence en ligne de la Luzerner Zeitung maintient son 13^{ème} rang, ce qui revient à une position dans le milieu inférieur de son groupe de comparaison.
- Par rapport à l'édition imprimée, l'analyse de contenu du site d'actualité montre une proportion significativement plus faible d'apports propres et un recours plus fréquent à du matériel d'agences. La nette différence de qualité entre l'édition imprimée et son homologue en ligne n'est guère remarquée par les personnes interrogées : Les deux titres obtiennent presque le même nombre de points de qualité.
- Contrairement à l'édition imprimée de la Luzerner Zeitung, les personnes interrogées ont évalué la qualité de la présence en ligne de manière similaire qu'il y a deux ans. Toutefois, les résultats de l'analyse de contenu montrent que le site d'actualités offre un choix moins équilibré de sujets, mais qu'il a clairement augmenté sa couverture de fond par rapport à 2016.

Classement



Lecture : luzernerzeitung.ch obtient 64 points de qualité sur 100 en 2018 et reste donc stable par rapport à la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



Lecture : Les personnes interrogées ont tendance à estimer la qualité de luzernerzeitung.ch meilleure ce que constate l'analyse du contenu.

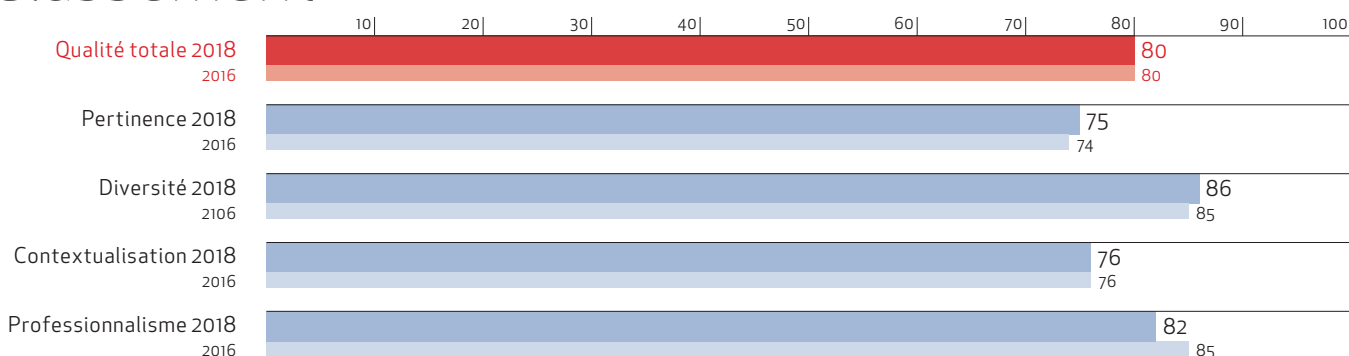
Société exploitante	AG für die Neue Zürcher Zeitung
Contrôleur	NZZ-Mediengruppe
Editeur	Etienne Jornod
Rédacteur en chef	Eric Gujer
Taux de 2017	252 000
Profil	Quotidien indépendant de référence, traditionnellement de tendance libérale-conservatrice qui offre une qualité de premier ordre. La NZZ guide le lecteur, lui permet de s'informer et de se forger une opinion critique.

Politique	42%	<div></div>
Economie	23%	<div></div>
Culture	11%	<div></div>
Sport	9%	<div></div>
Société	15%	<div></div>

Leader parmi les journaux de qualité, mais pas le seul

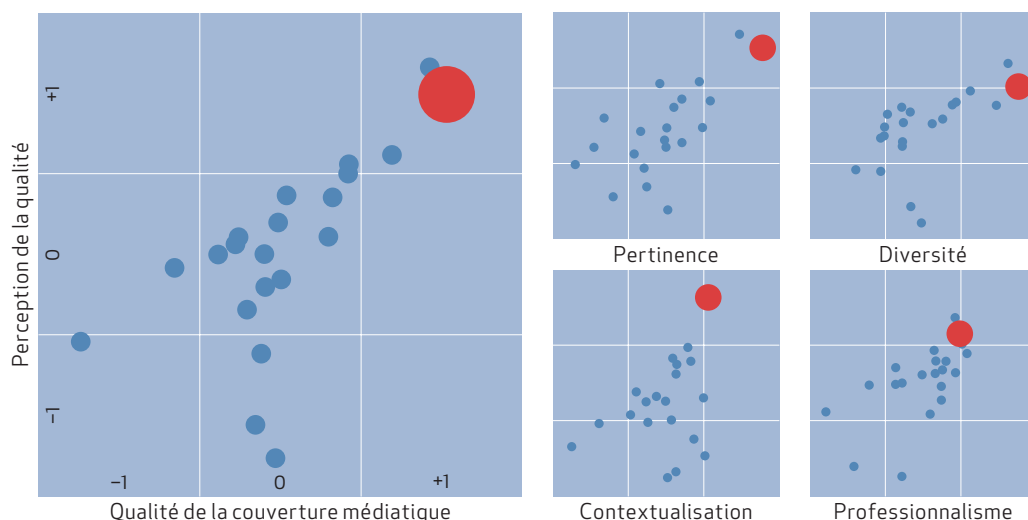
- La NZZ doit maintenant partager la meilleure note de son groupe de comparaison avec Le Temps, qui est légèrement inférieur à la NZZ en ce qui concerne contenu, mais qui est plus apprécié par les personnes interrogées.
- La NZZ obtient les mêmes résultats dans l'analyse de contenu que lors du sondage au sein du public. Le journal traditionnel est considéré comme une référence dans le paysage médiatique suisse alémanique en raison de ses articles de fond traitant la politique, l'économie et la culture.
- Dans presque toutes les dimensions de la qualité, la NZZ est capable de maintenir sa performance excellente de la première série de mesures. Un nouveau développement remarquable, cependant, est le recours plus fréquent à un style émotionnel dans les reportages politiques. En conséquence, les valeurs de la « vieille tante » dans la dimension du professionnalisme ont récemment décliné.

Classement



Lecture : En 2018, la NZZ obtient 80 points de qualité sur 100.

Comparaison de la qualité



Lecture : Les personnes interrogées ont évalué la qualité de la NZZ très similaire à l'analyse des contenus. La diversité est évaluée légèrement inférieure par les personnes interrogées, la performance de contextualisation légèrement supérieure.

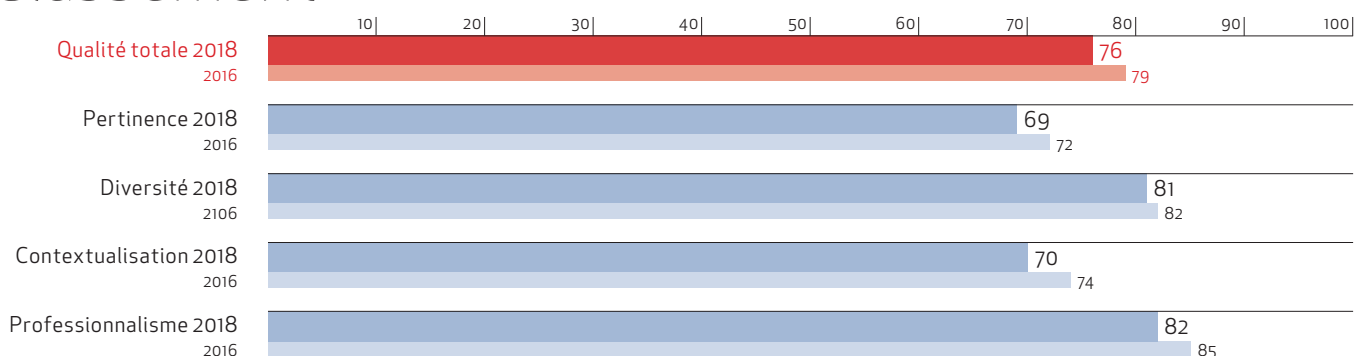
Société exploitante	AG für die Neue Zürcher Zeitung
Contrôleur	NZZ-Mediengruppe
Editeur	Etienne Jornod
Rédacteur en chef	Eric Gujer
Taux de 2017	185 000
Profil	Site Internet de la NZZ.

Politique	31%	
Economie	22%	
Culture	16%	
Sport	6%	
Société	24%	

Le public n'est plus entièrement convaincu

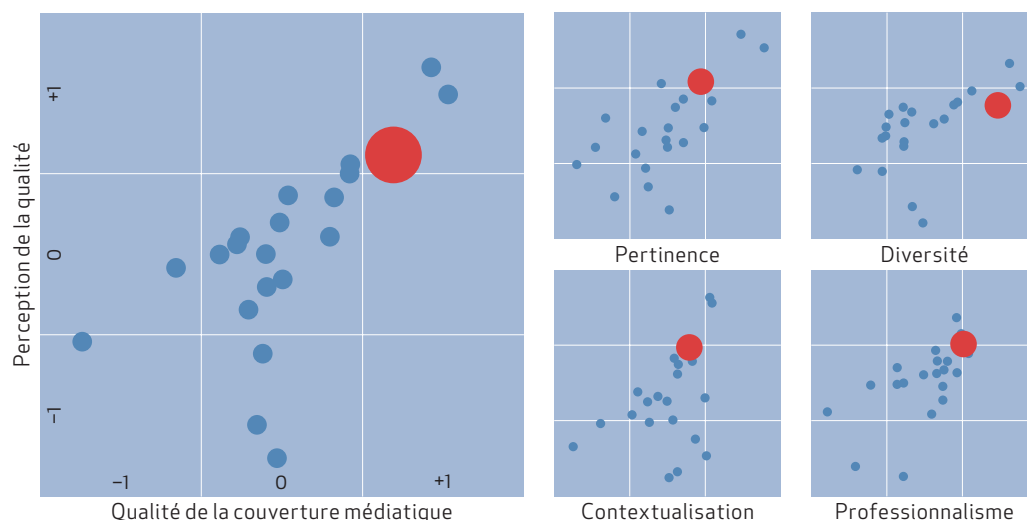
- nzz.ch n'arrive plus à suivre le rythme de l'édition imprimée. Néanmoins, le titre mérite le label « très bon » avec sa deuxième place dans le classement du groupe.
- Quatre points de qualité séparent désormais l'édition en ligne et l'édition imprimée. Le public non seulement estime l'offre moins diversifiée que par le passé, mais il constate aussi que le site intègre moins souvent les faits présentés dans un contexte plus général et qu'il a de plus en plus recours à des émotions au lieu d'arguments. Selon sa propre image, l'inverse serait pourtant au cœur de la marque « NZZ ».
- Selon l'analyse de contenu, le site d'actualités a de même vécu une légère baisse de performance dans le domaine de la pertinence et de la contextualisation depuis 2016. L'affaiblissement de l'appréciation de la part des personnes interrogées peut être interprété comme un effet de la controverse autour de l'orientation idéologique de la « vieille tante » ou d'une politisation intense. Cependant, il est remarquable que cette tendance ne se reflète que dans les résultats de sa présence en ligne.

Classement



Lecture : Le site d'actualités nzz.ch obtient 76 points de qualité sur 100 en 2018. Il perd 3 points par rapport à la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



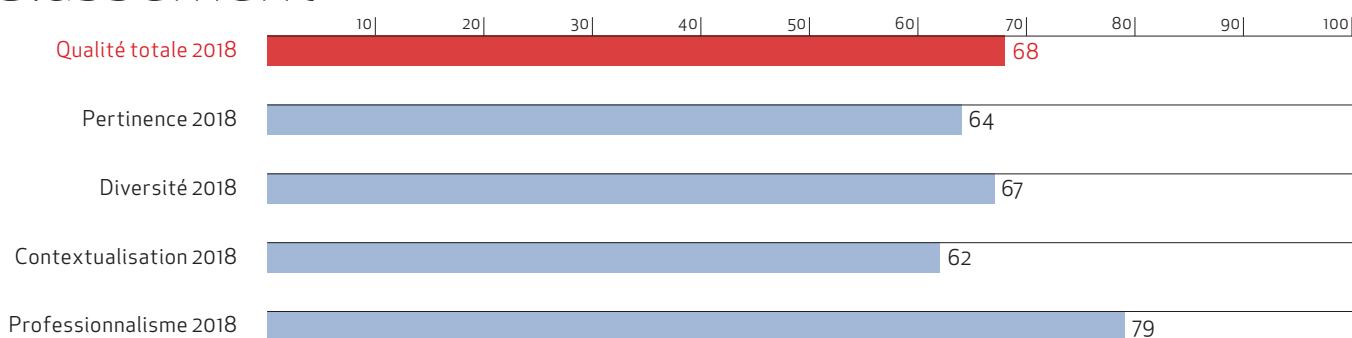
Lecture : Les personnes interrogées jugent la qualité de nzz.ch de manière très similaire à l'analyse de contenu. Seule la diversité confirme la règle en tant qu'exception : Dans le sondage, le portail obtient des résultats inférieurs à ceux de l'analyse de contenu.

Société exploitante	St. Galler Tagblatt AG	Politique	24%	
Contrôleur	NZZ Mediengruppe	Economie	7%	
Editeur	Etienne Jornod	Culture	21%	
Rédacteur en chef	Stefan Schmid	Sport	22%	
Taux de 2017	276 000	Société	26%	
Profil	L'édition intégrale du « St. Galler Tagblatt » est le plus grand quotidien en Suisse orientale et informe de manière compétente, complète et proche du lecteur dans les domaines de la politique, de l'économie, de la culture et du sport.			

Journal régional professionnel

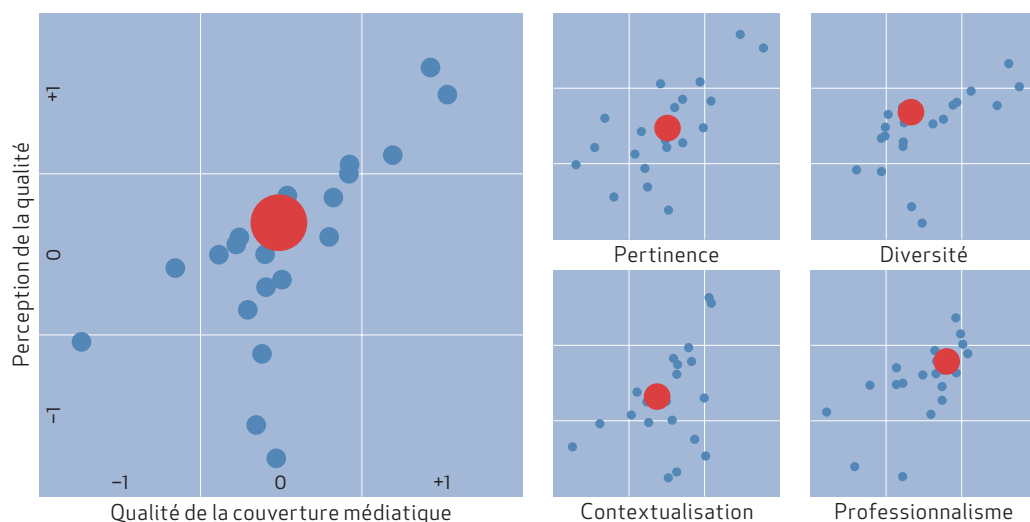
- Le journal du groupe NZZ, qui a été inclus pour la première fois dans le CQM, occupe un rang moyen dans son groupe de comparaison.
- Le St. Galler Tagblatt propose une offre qualitativement solide pour sa région, qui est également appréciée du public. Dans la dimension du professionnalisme, le Tagblatt atteint même des résultats supérieurs à la moyenne. Le public apprécie la séparation claire entre les informations et les opinions ainsi que le style de reportage argumentatif plutôt qu'émotionnel.
- L'exactitude de cette évaluation est confirmée par les résultats de l'analyse de contenu. En comparaison avec les autres journaux régionaux, le Tagblatt – avec la Luzerner Zeitung – obtient les meilleures notes en matière de professionnalisme.

Classement



Lecture : Le St. Galler Tagblatt obtient 68 points de qualité sur 100 en 2018.
Le titre a été inclus pour la première fois dans l'étude.

Comparaison de la qualité



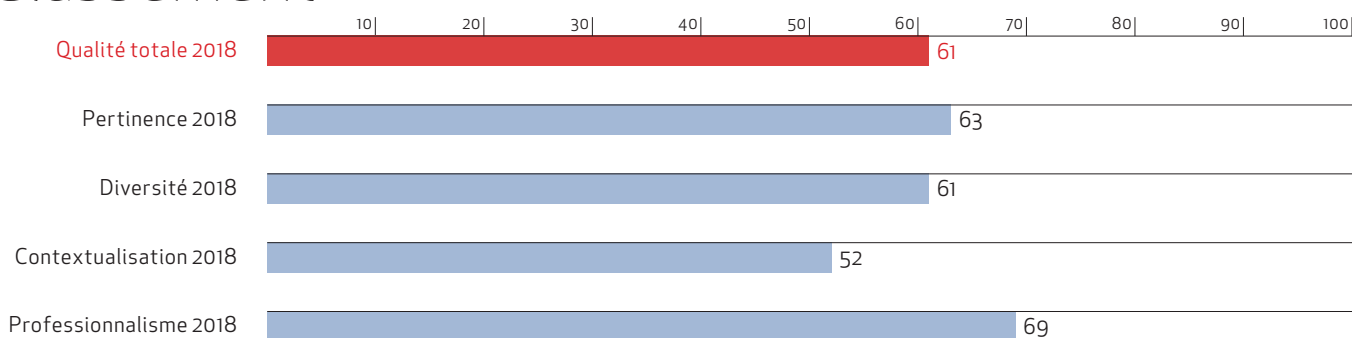
Lecture : Les personnes interrogées estiment que la qualité du St. Galler Tagblatt est plus élevée que ne le montre l'analyse de contenu. Ils perçoivent son contenu comme étant un peu plus diversifié que ce qui s'est démontré dans l'analyse de contenu.

Société exploitante	St. Galler Tagblatt AG	Politique	30%	<div></div>
Contrôleur	NZZ Mediengruppe	Economie	10%	<div></div>
Editeur	Etienne Jornod	Culture	15%	<div></div>
Rédacteur en chef	Stefan Schmid	Sport	11%	<div></div>
Taux de 2017	54500	Société	34%	<div></div>
Profil	Les actualités de Saint-Gall. Des articles de fond de la région, du contexte et des opinions – 24 heures sur 24.			

L'offre en ligne ne fait pas jeu égal avec l'édition imprimée

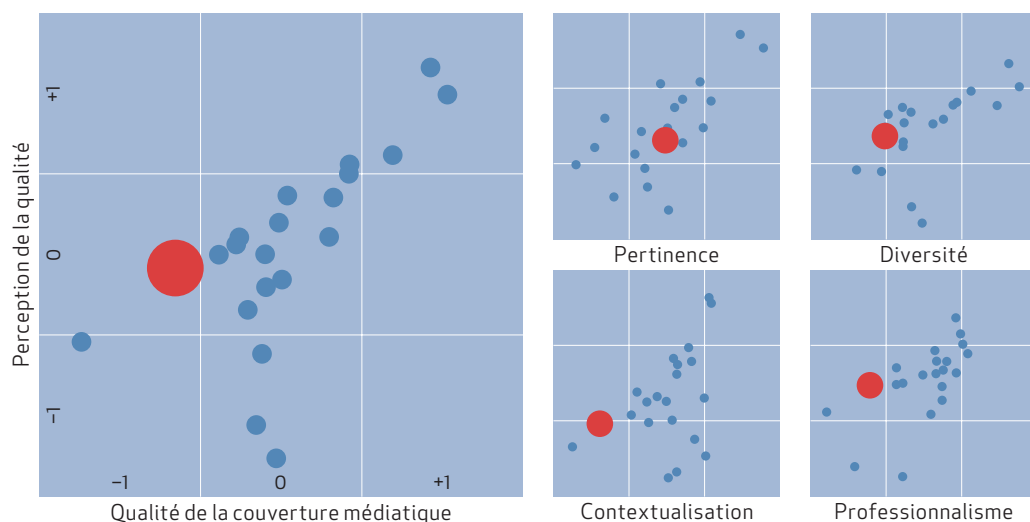
- L'offre numérique du St. Galler Tagblatt, qui, comme son édition imprimée, est incluse pour la première fois dans le CQM, montre des performances qualitativement inférieures à celles de l'édition imprimée et occupe la troisième place dans son groupe de comparaison.
- Le public juge la performance moyenne et l'analyse de contenu mesure également des valeurs de qualité inférieures à la moyenne. D'une part, le site d'actualités n'arrive pas aux bons résultats de l'édition imprimée dans la dimension du professionnalisme. D'autre part, le sondage et l'analyse de contenu montrent qu'il existe un potentiel d'optimisation en termes de diversité et de contextualisation des thématiques abordées.
- Le Tagblatt pourrait améliorer son bilan de qualité de manière significative avec une offre plus équilibrée en termes de sujets et plus d'apports propres.

Classement



Lecture : tagblatt.ch obtient 61 points de qualité sur 100 en 2018.
Le portail a été inclus pour la première fois dans l'analyse.

Comparaison de la qualité



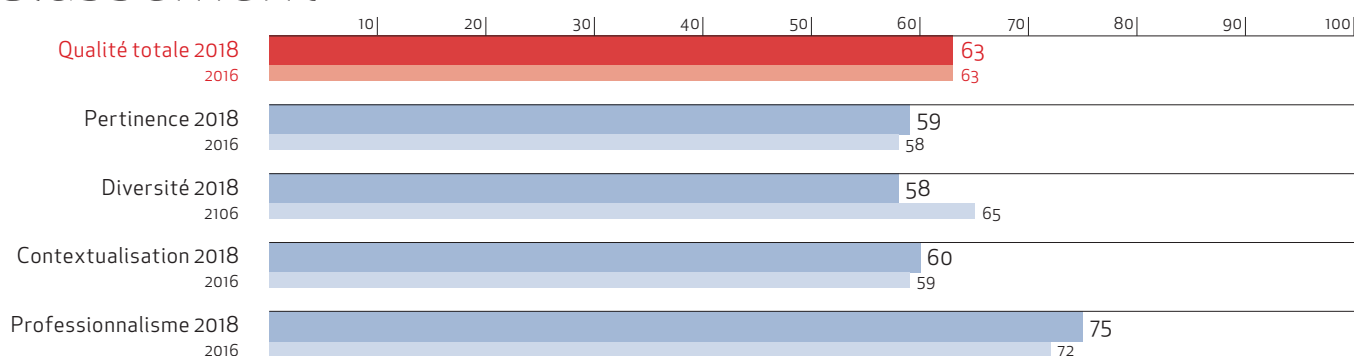
Lecture : Les personnes interrogées estiment que la qualité de tagblatt.ch est supérieure à celle constatée par l'analyse des contenus. Cela s'applique aux dimensions de la diversité, de la contextualisation et du professionnalisme.

Société exploitante	Somedia Press AG	Politique	26%	
Contrôleur	Somedia AG	Economie	7%	
Editeur	Hanspeter Lebrument	Culture	16%	
Rédactrice en chef	Martina Fehr	Sport	23%	
Taux de 2017	164 000	Société	28%	
Profil	Journalisme de qualité pour lecteurs et lectrices exigeants; actualités et articles de fonds documentés avec soin et retravaillés avec professionnalisme.			

La Südostschweiz marque à nouveau des points auprès du public

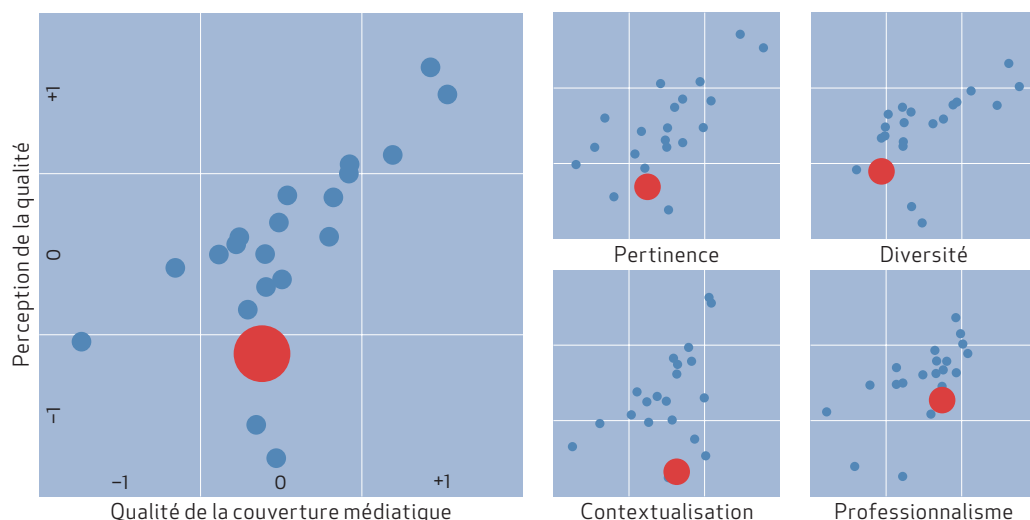
- Comme les deux années précédentes, la Südostschweiz se situe dans le secteur inférieur du spectre de qualité du groupe.
- Le public continue de juger la qualité de la Südostschweiz inférieure à celle constatée par l'analyse de contenu. Selon les lecteurs, il y a encore des possibilités d'amélioration, surtout en ce qui concerne la pertinence du contenu et sa contextualisation.
- De plus, la qualité des contenus du journal régional a diminué au fil du temps. Cela résulte d'une diversité réduite en termes de perspectives thématiques et géographiques. Il est réjouissant de constater que les valeurs du sondage ont légèrement augmenté depuis la dernière analyse. En outre, l'analyse de contenu atteste une bonne performance en termes de contextualisation à la Südostschweiz.

Classement



Lecture : La Südostschweiz obtient 63 points de qualité sur 100 en 2018. Le résultat correspond à la valeur de la mesure précédente.

Comparaison de la qualité



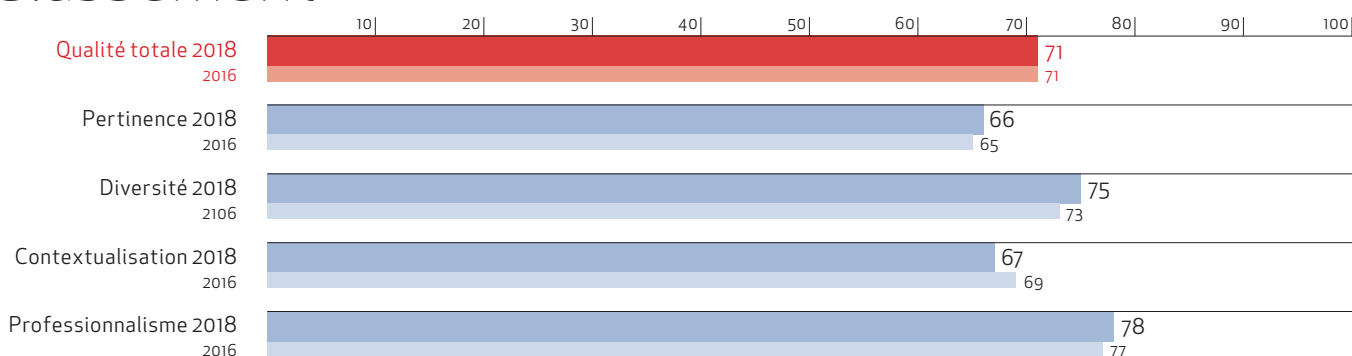
Lecture : Les personnes interrogées ont jugé la qualité de la Südostschweiz inférieure à celle constatée dans l'analyse des contenus. Les résultats des deux méthodes sont congruents en ce qui concerne la dimension de la diversité.

Société exploitante	Tamedia AG	Politique	32%	
Contrôleur	Tamedia AG	Economie	14%	
Editeur	Pietro Supino	Culture	12%	
Rédactrice en chef	Judith Wittwer	Sport	17%	
Taux de 2017	417 000	Société	26%	
Profil	Le quotidien de Suisse avec le plus grand nombre d'abonnés, garant d'un journalisme de qualité. Propose une couverture complète, équilibrée, indépendante. S'engage dans des sujets politiques et sociaux d'importance.			

La performance du « Tagi » est fortement appréciée

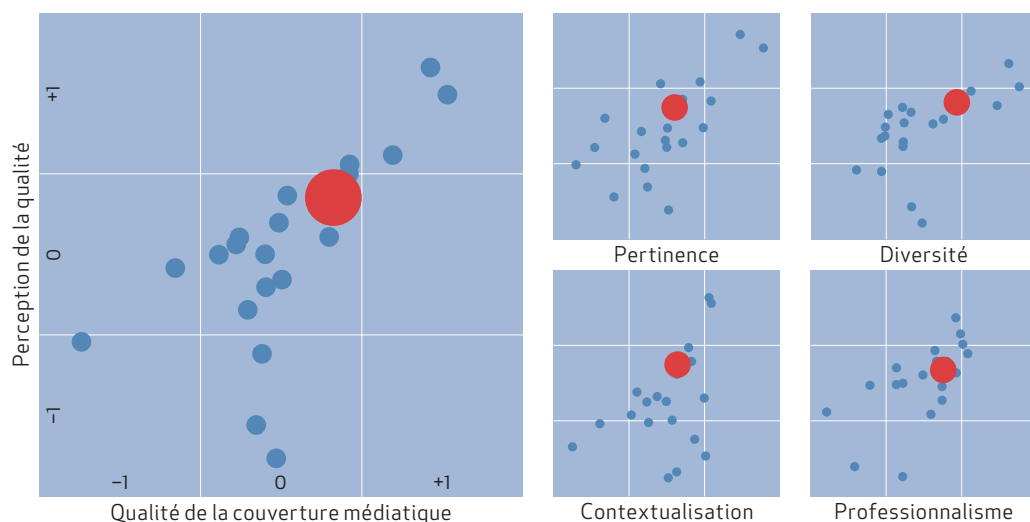
- Le Tages-Anzeiger continue de démontrer des performances nettement supérieures à la moyenne. En termes de qualité, le fleuron du groupe Tamedia se positionne en cinquième position, juste derrière le journal traditionnel de Berne, le Bund.
- L'un des atouts du titre est sa couverture de sujets diverses, c'est-à-dire son offre thématique variée ainsi que son style de reportage objectif. Les personnes interrogées remarquent ces qualités et attestent une fois de plus la bonne performance du « Tagi ».
- Les valeurs de qualité élevées sont stables dans le temps selon les deux méthodes – analyse de contenu et sondage. Alors que de nombreux quotidiens imprimés et en ligne ont connu un déclin en termes de diversité, le Tages-Anzeiger continue d'offrir un choix de sujets pertinent. Le seul bémol, c'est la légère diminution d'articles de fond et de la mise en contexte par rapport à 2016.

Classement



Lecture : Le Tages-Anzeiger reçoit 71 points de qualité sur 100 en 2018. Dans la dimension de la diversité, le titre gagne 2 points.

Comparaison de la qualité



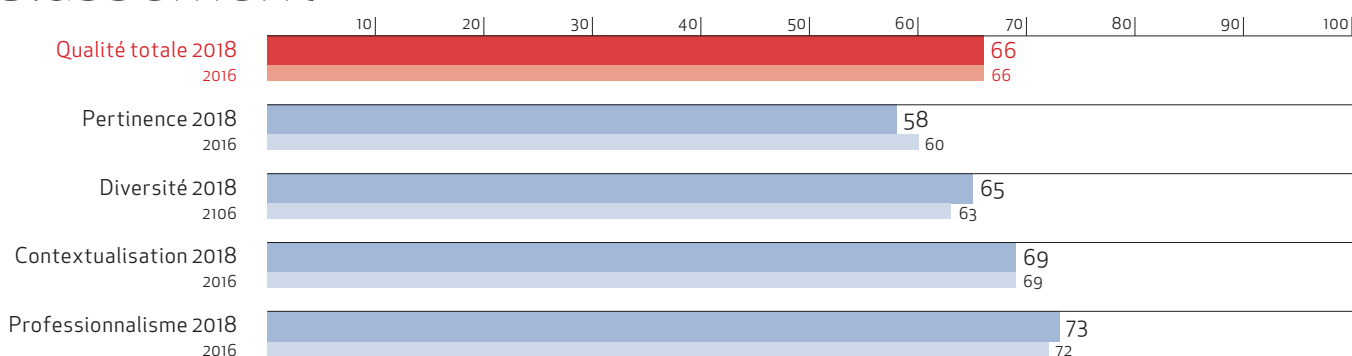
Lecture : Les personnes interrogées évaluent la qualité du Tages-Anzeiger de la même façon que l'analyse de contenu. Il n'y a pas de différences significatives.

Société exploitante	Tamedia AG	Politique	22%	
Contrôleur	Tamedia AG	Economie	11%	
Editeur	Pietro Supino	Culture	14%	
Rédacteur en chef	Michael Marti	Sport	9%	
Taux de 2017	225 000	Société	44%	
Profil	L'offre en ligne du quotidien de Suisse avec le plus grand nombre d'abonnés, garant d'un journalisme de qualité. Propose une couverture complète, équilibrée, indépendante. S'engage dans des sujets politiques et sociaux d'importance.			

La présence en ligne ne fait pas encore jeu égal

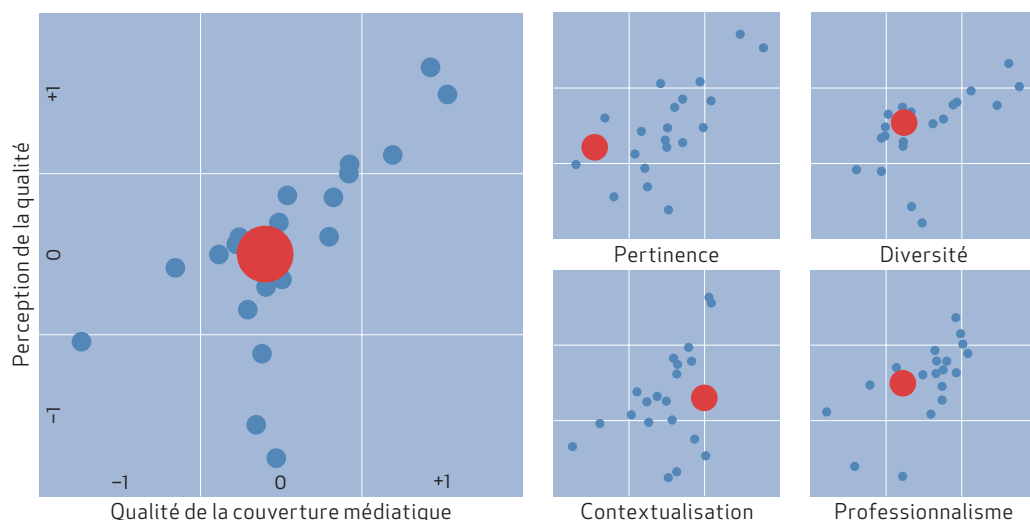
- Le site d'actualités du Tages-Anzeiger se positionne au milieu du classement. Il s'est amélioré de deux rangs par rapport à il y a deux ans.
- Contrairement à l'édition imprimée, tagesanzeiger.ch met davantage l'accent sur des informations magazine et il offre un choix de sujets plus limité. Par conséquent, le titre n'offre pas la haute qualité de l'édition imprimée, bien qu'il soit très apprécié du public.
- Aucun changement significatif ne peut être observé au fil du temps, à l'exception du fait que le site d'actualités a augmenté sa part de couverture dans le domaine des thèmes de société d'environ 10 % au cours des deux dernières années. Il reste à voir si la tendance accrue envers les informations magazine aura un impact sur la perception de la qualité au sein du public.

Classement



Lecture : Le tagesanzeiger.ch reçoit 66 sur 100 en 2018. Le portail gagne 2 points dans dimension de la diversité.

Comparaison de la qualité



Lecture : Les répondants jugent la qualité du Tages-Anzeiger en ligne de la même façon que l'analyse de contenu. La pertinence obtient des résultats légèrement meilleurs dans le sondage que dans l'analyse de contenu, alors que la contextualisation est jugée un peu moins bonne dans le sondage.

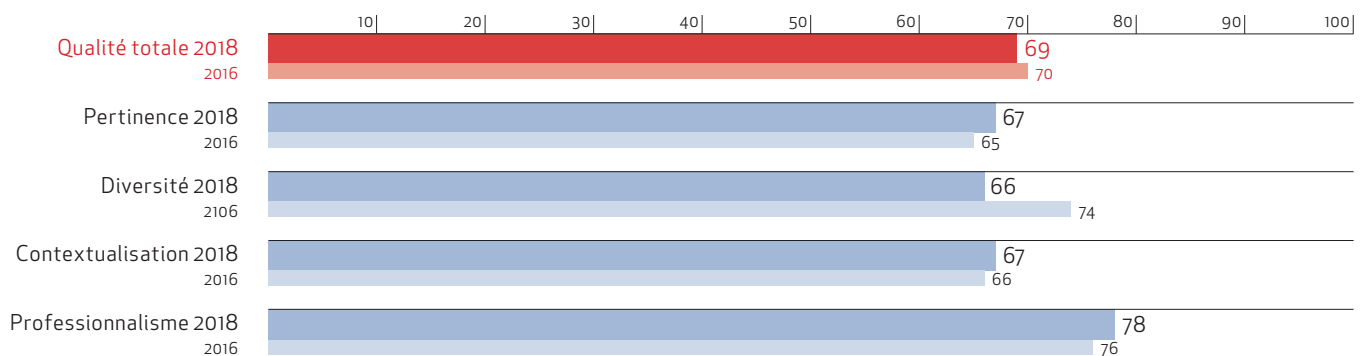
24 heures

Société exploitante	Tamedia Publications romandes SA	Politique	34%	
Contrôleur	Tamedia AG	Economie	8%	
Editeur	Pietro Supino	Culture	17%	
Rédacteur en chef	Claude Ansermoz	Sport	19%	
Taux de 2017	176 000	Société	22%	
Profil	Le principal quotidien d'information des Vaudois est un acteur important de la presse francophone. Il traite avec passion et professionnalisme de tous les thèmes, de l'économie au sport en passant par la culture et la politique.			

24 heures offre des informations d'actualité (Hard news)

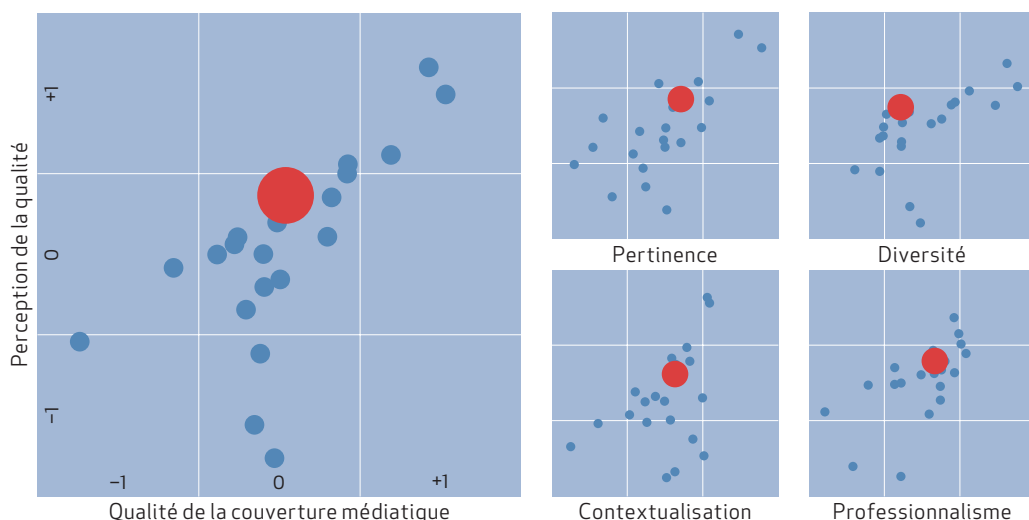
- Cette année, la qualité du journal au plus gros tirage de Suisse romande place le titre dans le milieu supérieur du classement, juste en-dessous du Tages-Anzeiger.
- Le journal se distingue avec une couverture importante dans les secteurs de la politique et de la culture. Il approvisionne donc les lecteurs avec une offre plus pertinente que, par exemple, letemps.ch.
- Par rapport à 2016, la qualité de 24 heures diminue dans la dimension de la diversité. Ceci a été déterminé par les résultats de l'analyse de contenu. Le choix des sujets traités de 24 heures est beaucoup moins équilibré qu'il y a deux ans. Contrairement, les personnes interrogées lui ont attribué plus de points de qualité dans toutes les quatre dimensions, y compris la diversité, en comparaison avec l'analyse précédente.

Classement



Lecture : 24 heures obtient 69 points de qualité sur 100 en 2018 et perd un point de qualité par rapport à la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



Lecture : Les personnes interrogées ont tendance à estimer la qualité de 24 heures supérieure à celle constatée par l'analyse des contenus. En particulier en ce qui concerne la diversité, le titre obtient de meilleures notes lors du sondage que dans l'analyse des contenus.

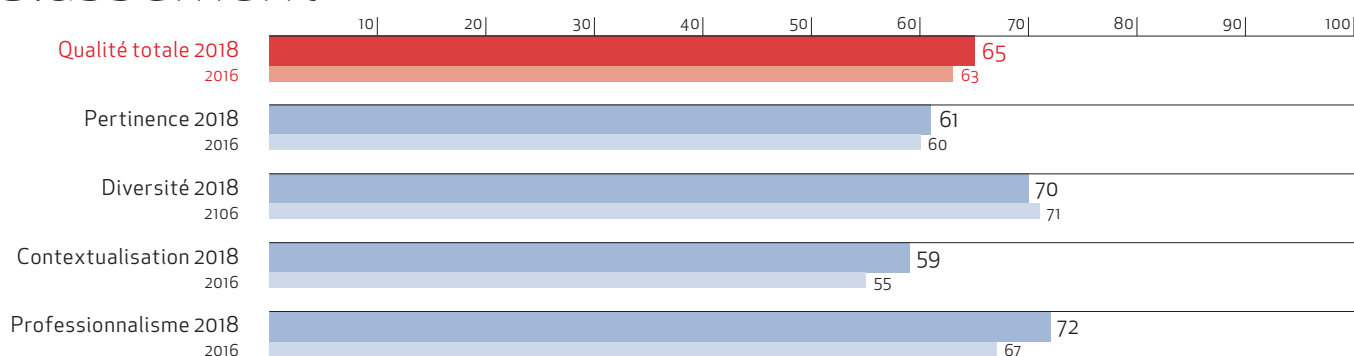
Société exploitante	Tamedia Publications romandes SA
Contrôleur	Tamedia AG
Editeur	Pietro Supino
Rédacteur en chef	Leonardo Pescante
Taux de 2017	64 000
Profil	Site Internet de 24 heures.

Politique	23%	
Economie	15%	
Culture	17%	
Sport	8%	
Société	36%	

Le site d'actualités n'arrive pas à la cheville de l'édition imprimée

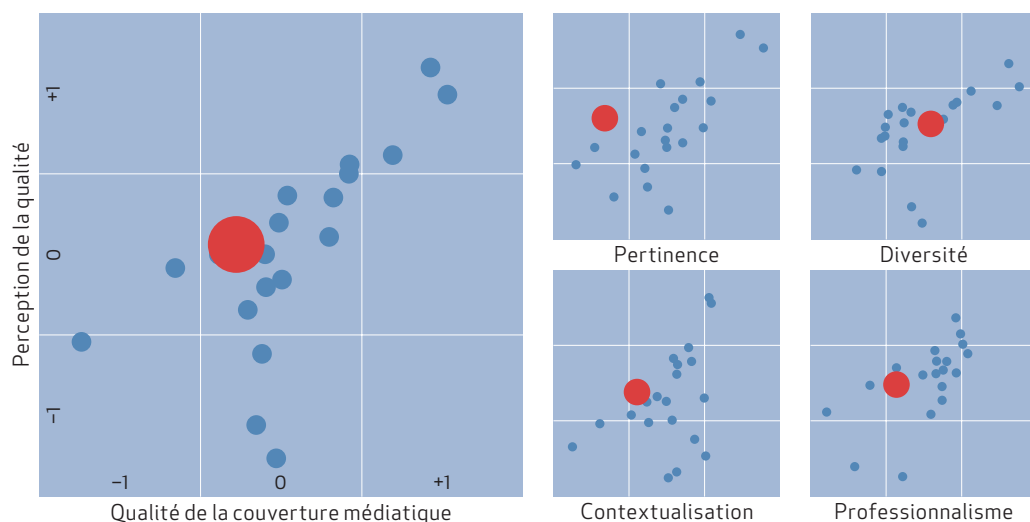
- Bien que 24heures.ch s'incline de justesse devant l'édition imprimée, il avance trois rangs dans le classement du groupe.
- L'analyse de contenu montre que la qualité inférieure à celle de l'édition imprimée est due à la part plus importante d'informations magazines, de dépêches d'agences, et à une couverture médiatique beaucoup plus liée à des événements spécifiques. Les personnes interrogées attestent également que la qualité du site d'actualités n'est pas entièrement égale à celle de l'édition imprimée.
- Le site d'actualités maintient sa qualité globale stable au fil du temps, avec une tendance à la hausse dans les dimensions de la contextualisation et du professionnalisme.

Classement



Lecture : 24heures.ch obtient 65 points de qualité sur 100 en 2018, et perd ainsi 2 points de qualité par rapport à la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



Lecture : Les personnes interrogées ont tendance à estimer la qualité de 24 heures supérieure à celle constatée par l'analyse de contenu. En particulier en ce qui concerne la pertinence, le titre obtient de meilleures notes dans le sondage que dans l'analyse de contenu.

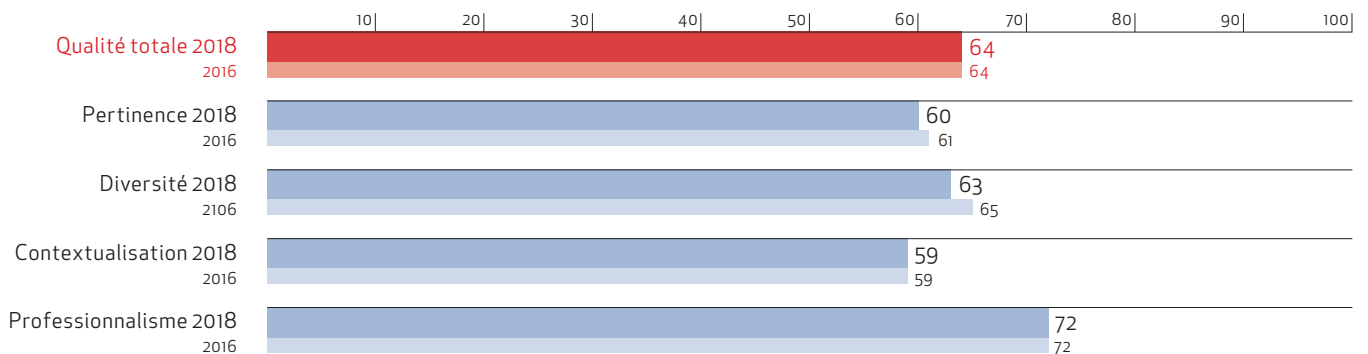
Le Nouvelliste

Société exploitante	Éditions Le Nouvelliste SA	Politique	30%	<div></div>
Contrôleur	Éditions Le Nouvelliste SA	Economie	7%	<div></div>
Editeur	Philippe Hersant	Culture	16%	<div></div>
Rédacteurs en chef	Sandra Jean et Vincent Fragnière	Sport	27%	<div></div>
Taux de 2017	113 000	Société	20%	<div></div>
Profil	Les articles de journal et toute l'actualité du Valais, de Suisse et du monde.			

L'analyse de contenu certifie une baisse de qualité

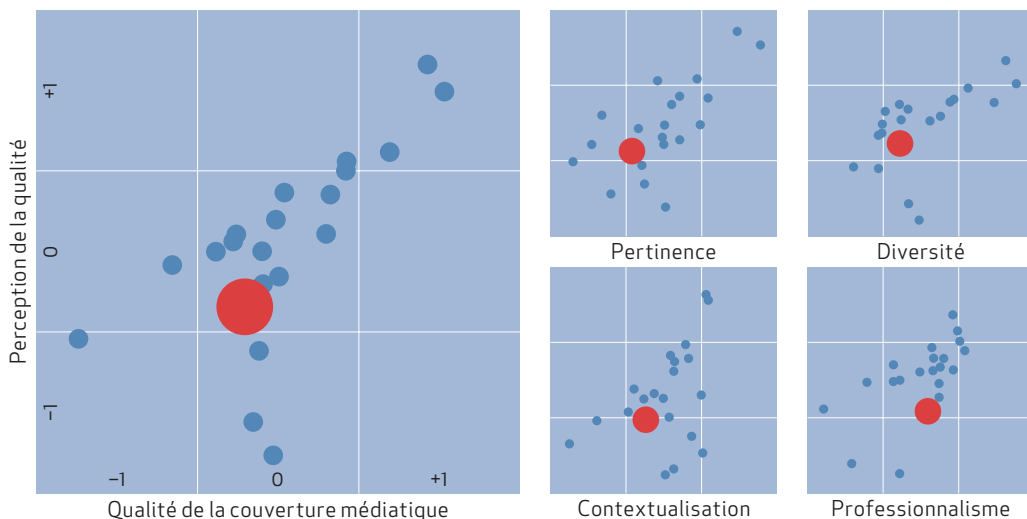
- Le quotidien valaisan Le Nouvelliste se situe dans la moitié inférieure, cette fois au 14^{ème} rang.
- La couverture médiatique accordée aux rubriques Société et Sport représentent près de 50% de l'offre globale. Ce choix de sujets a un effet négatif sur le bilan qualitatif dans la dimension de la pertinence du quotidien. La grande transparence en matière de citation des sources a un effet positif, et le Nouvelliste s'oriente de même vers les normes de la profession de journaliste de manière exemplaire. Cependant, cette performance n'est guère récompensée de la part des sondés ; leur perception de la qualité reste inférieure à la moyenne du groupe dans toutes les dimensions de l'analyse.
- Par rapport à la dernière analyse en 2016, l'analyse de contenu constate une nette baisse de qualité, qui est principalement due à un manque de diversité. En revanche, l'évaluation du public reste stable à un faible niveau pour l'instant.

Classement



Lecture : Le Nouvelliste obtient 64 points de qualité sur 100 en 2018.

Comparaison de la qualité



Lecture : L'évaluation de la qualité des personnes interrogées est inférieure à celle de l'analyse de contenu.

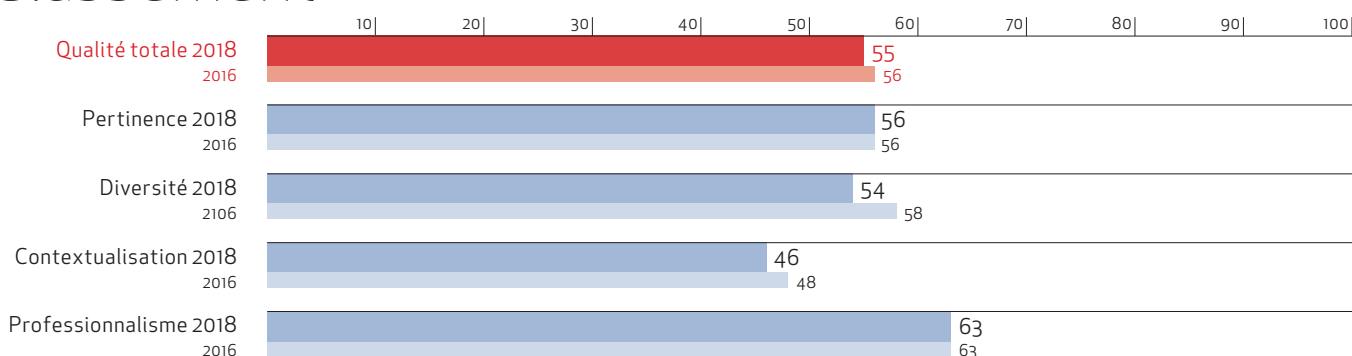
Société exploitante	Éditions Le Nouvelliste SA
Contrôleur	Éditions Le Nouvelliste SA
Editeur	Philippe Hersant
Rédacteurs en chef	Sandra Jean et Vincent Fragnière
Taux de 2017	33500
Profil	Site Internet du Nouvelliste.

Politique	27%	
Economie	10%	
Culture	5%	
Sport	14%	
Société	44%	

Apprécié du public malgré la chute de performance

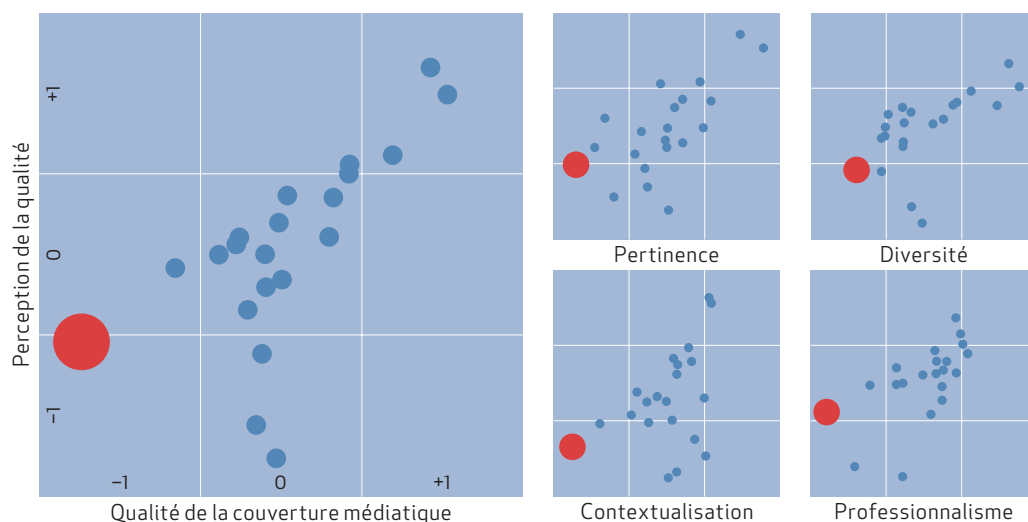
- Le portail en ligne du Nouvelliste se classe au 18ème rang et détient ainsi la lanterne rouge de son groupe de comparaison.
- Les personnes interrogées ont tendance à estimer la qualité plus élevée que ne le constate l'analyse de contenu. Elles considèrent le titre comme étant objectif et marqué d'une grande transparence en ce qui concerne la citation des sources. Selon l'analyse des contenus, il s'agit d'une caractéristique de qualité qui n'est satisfaisante que dans l'édition imprimée.
- Par analogie avec l'édition imprimée, le titre perd plusieurs points de qualité dans l'analyse de contenu. La réduction de la diversité de la couverture incluant de différentes perspectives est encore plus prononcée sur le site d'actualités. Les personnes interrogées ont un point de vue différent : Elles évaluent le titre presque de la même façon que la dernière fois.

Classement



Lecture : lenouvelliste.ch obtient 55 points de qualité sur 100 en 2018.

Comparaison de la qualité



Lecture : Les personnes interrogées estiment la qualité de lenouvelliste.ch généralement supérieure que ne le constate l'analyse de contenu. Cet écart est le plus prononcé dans les dimensions de pertinence et de professionnalisme.

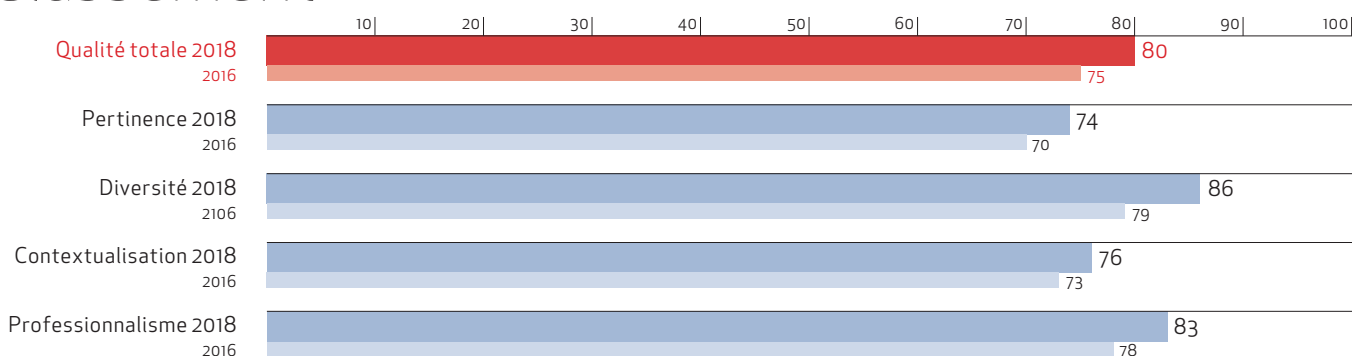
Société exploitante	Le Temps SA
Contrôleur	Ringier AG
Editeur	Michael Ringier
Rédacteur en chef	Stéphane Benoit-Godet
Taux de 2017	103 000
Profil	La crédibilité et la qualité de l'information sont les engagements premiers de la marque Le Temps. Ainsi, lorsque les journalistes rédigent et s'expriment, leur pertinence et l'exigence qui les animent sont appliquées à tous les canaux de diffusion de l'information.

Politique	39%	
Economie	25%	
Culture	20%	
Sport	5%	
Société	11%	

Course au coude-à-coude avec la NZZ

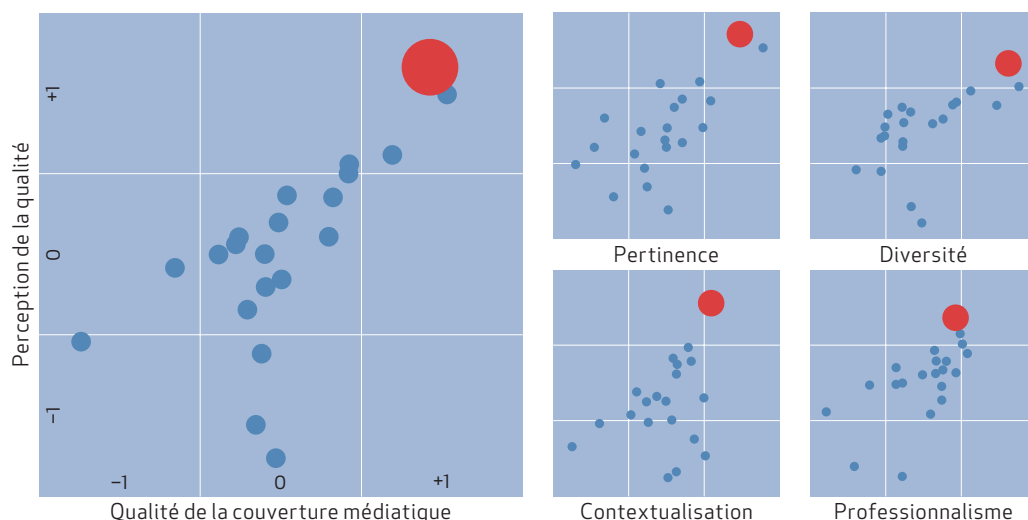
- Le leader de la Suisse romande a considérablement amélioré sa qualité au cours des deux dernières années et partage maintenant le premier rang du groupe avec la NZZ.
- Le journal de qualité marque des points avec son style objectif, ses apports propres et l'offre d'un large éventail de régions et thématiques.
- L'amélioration significative de la qualité est en grande partie due aux résultats du sondage. Ce que le public apprécie encore plus dans Le Temps, c'est qu'il place les sujets socialement importants au centre de ses reportages, thématise les événements importants et propose une couverture indépendante.

Classement



Lecture : Le Temps obtient 80 points de qualité sur 100 en 2018, soit une augmentation de 5 points par rapport à la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



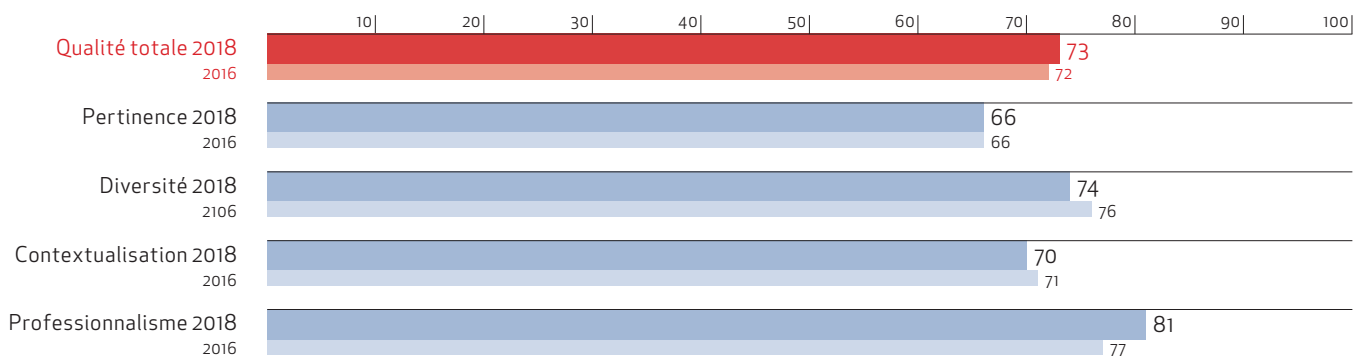
Lecture : Les personnes interrogées évaluent la qualité du Temps de la même façon que l'analyse des contenus, et même légèrement meilleure.

Société exploitante	Le Temps SA	Politique	30%	
Contrôleur	Ringier AG	Economie	12%	
Editeur	Michael Ringier	Culture	29%	
Rédacteur en chef	Stéphane Benoit-Godet	Sport	8%	
Taux de 2017	54500	Société	21%	
Profil	Le site évolue avec une offre de contenus plus riche tout au long de la journée. Entièrement «responsive», letemps.ch s'adapte à tous les écrans afin d'optimiser le confort de lecture. Il offre également des contenus exclusifs et de nombreux éléments multimédias.			

Objectivité et prestation journalistique élevée

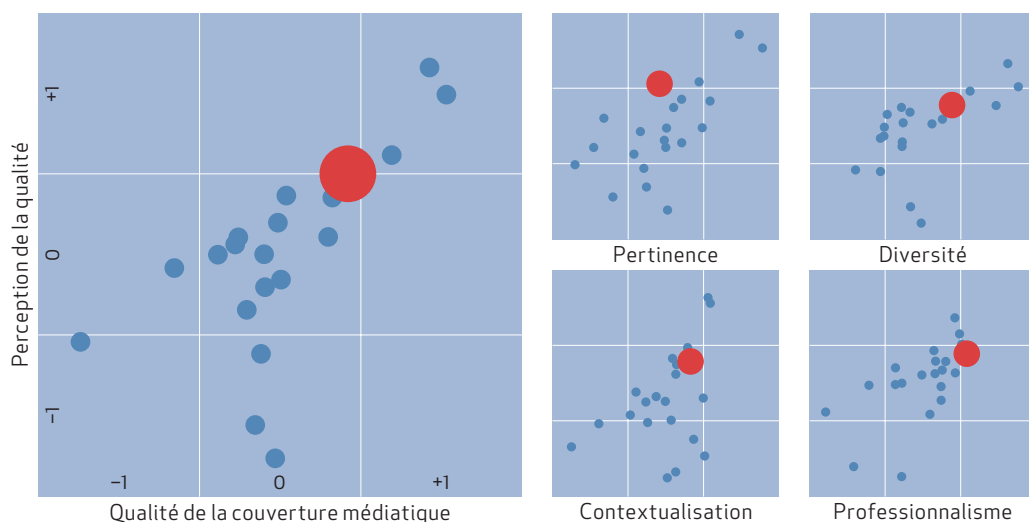
- L'édition en ligne du Temps est classée quatrième et, avec nzz.ch, se distingue nettement des autres sites d'actualités.
- Bien que le site d'actualités letemps.ch ne soit pas tout à fait en mesure d'obtenir les résultats distingués de l'édition imprimée, son contenu est néanmoins caractérisé par ses apports propres combinés avec un style objectif rarement émotionnel. D'après l'analyse de contenu, aucun autre quotidien imprimé ou en ligne n'affiche un niveau de professionnalisme aussi élevé. Du point de vue des personnes interrogées, letemps.ch excelle avant tout par sa forte focalisation sur l'actualité sociale.
- Tout comme l'édition imprimée, la présence en ligne bénéficie d'une appréciation nettement plus élevée au sein du public. Cependant, l'analyse de contenu constate des baisses tout aussi importantes concernant toutes les dimensions de la qualité.

Classement



Lecture : letemps.ch obtient 73 points de qualité sur 100 en 2018.

Comparaison de la qualité

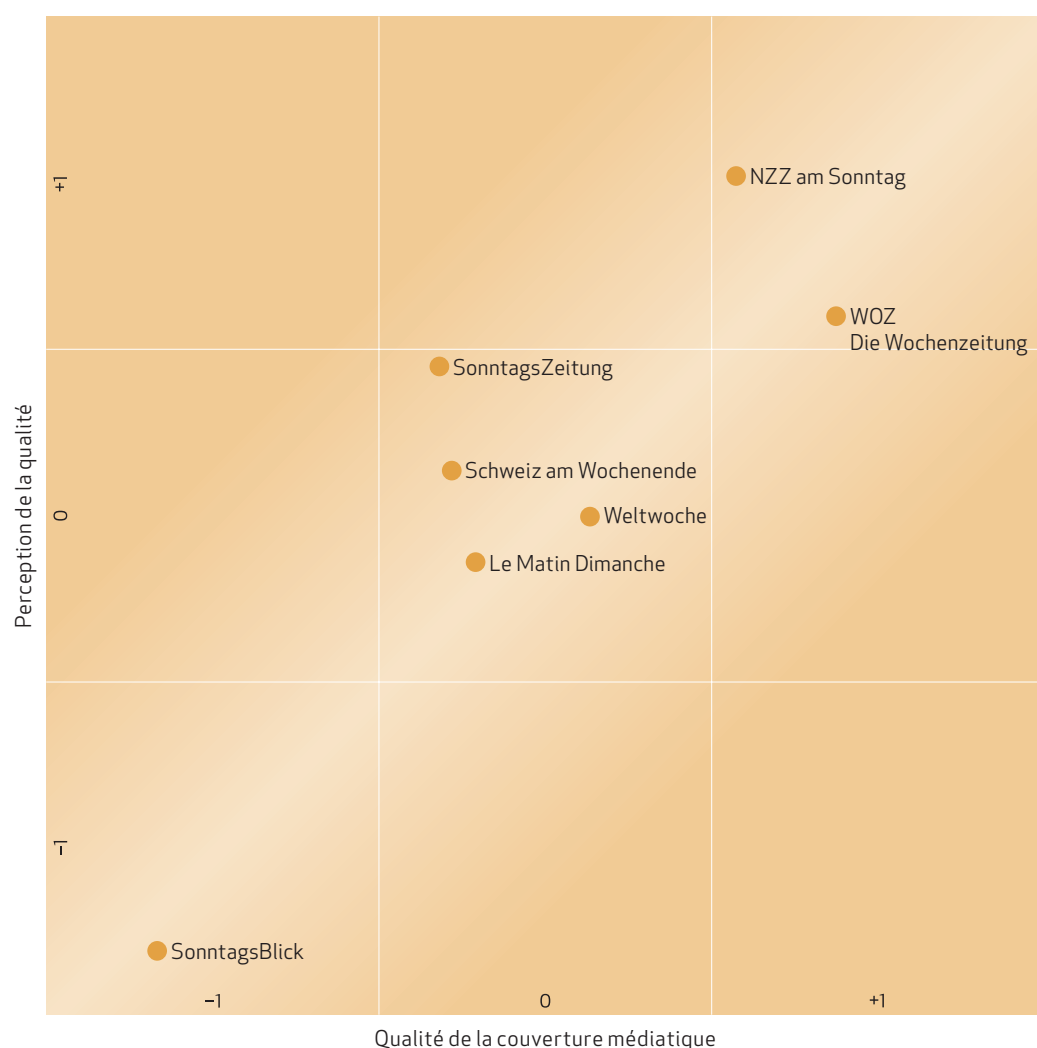


Lecture : Les personnes interrogées jugent la qualité de letemps.ch analogue à l'analyse de contenu, voire légèrement meilleure.

Journaux du dimanche et magazines

Les sociétés médiatiques de nos jours se caractérisent par l'effacement de la distinction entre la production, le contenu et la réception de l'information : Les « tickers » en direct, les « services push » et les médias sociaux créent et exigent un flux incessant d'actualités. Les journaux du dimanche et les magazines arrivent à offrir une orientation dans ce flot d'informations. C'est peut-être l'une des raisons pour lesquelles les tirages des journaux du dimanche et

des magazines n'ont pas diminué aussi fortement comme ceux de la presse par abonnement quotidienne. Le facteur décisif ici n'est pas tant le dimanche comme jour de publication, mais plutôt le rythme de publication hebdomadaire. Il laisse le temps pour des recherches et des reportages de fond exigeants. Souvent, les investigations des journaux du dimanche et magazines réussissent à déclencher de fortes réactions et débats publics.



Qualité de la couverture médiatique et perception de la qualité au sein de la population

Pour l'analyse de contenu (l'axe X) et le sondage (l'axe Y), le graphique montre si un journal du dimanche ou un magazine atteint des valeurs de qualité inférieures à la moyenne (-1), moyennes (0) ou supérieures à la moyenne (+1). Pour les titres qui se situent en diagonale, les deux méthodes ont produit des résultats analogiques. Pour les titres en dehors de la diagonale, les résultats de l'analyse de contenu et du sondage diffèrent. Les points positionnés au-dessus de la diagonale démontrent que les titres correspondants ont vu s'attribuer une qualité supérieure dans le sondage. Si les titres se situent en dessous de la diagonale, ils ont obtenu un résultat supérieur dans l'analyse de contenu.

Lecture : Dans le groupe de comparaison « Journaux du dimanche et magazines », SonntagsBlick a obtenu une note inférieure à la moyenne tant dans l'analyse de contenu que dans le sondage.

La NZZ am Sonntag et la WOZ, synonymes de qualité

La qualité d'un titre n'est pas liée à son orientation politique. Cela se reflète dans le fait que le titre libéral NZZ am Sonntag et la WOZ de gauche partagent leurs position à la tête du classement du groupe de comparaison « journaux du dimanche et magazines ». Les deux titres – malgré leurs atouts individuels différents – atteignent un total de 77 points de qualité sur 100 chacun. La NZZ am Sonntag obtient les meilleurs résultats lors du sondage. La WOZ a une longueur d'avance dans l'analyse de contenu. Ensuite suivent la Weltwoche et la SonntagsZeitung, qui obtiennent chacune 67 points de qualité.

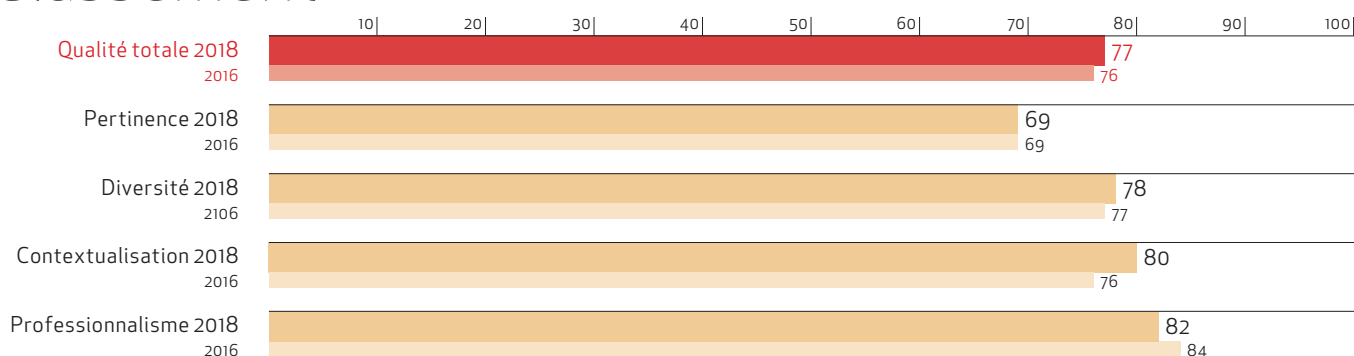
Cela démontre que l'orientation politique n'est pas un indicateur pour la qualité des médias. La SonntagsZeitung obtient de meilleurs résultats dans le sondage que la Weltwoche polarisante, mais cette dernière marque des points dans l'analyse de contenu, en particulier en ce qui concerne la contextualisation. La Schweiz am Wochenende et Le Matin Dimanche sont juste derrière en cinquième et sixième place, avec 65 et 64 points. Loin derrière, par contre, suit le SonntagsBlick avec 50 points de qualité, son résultat est inférieur à la moyenne autant dans l'analyse de contenu que dans le sondage.

Société exploitante	AG für die Neue Zürcher Zeitung	Politique	28%	<div></div>
Contrôleur	NZZ-Mediengruppe	Economie	16%	<div></div>
Editeur	Etienne Jornod	Culture	26%	<div></div>
Rédacteur en chef	Luzi Bernet	Sport	12%	<div></div>
Taux de 2017	400 500	Société	19%	<div></div>
Profil	Ce journal du dimanche de qualité propose des analyses, éclairages et reportages complets et intelligents.			

La NZZ am Sonntag brille à nouveau

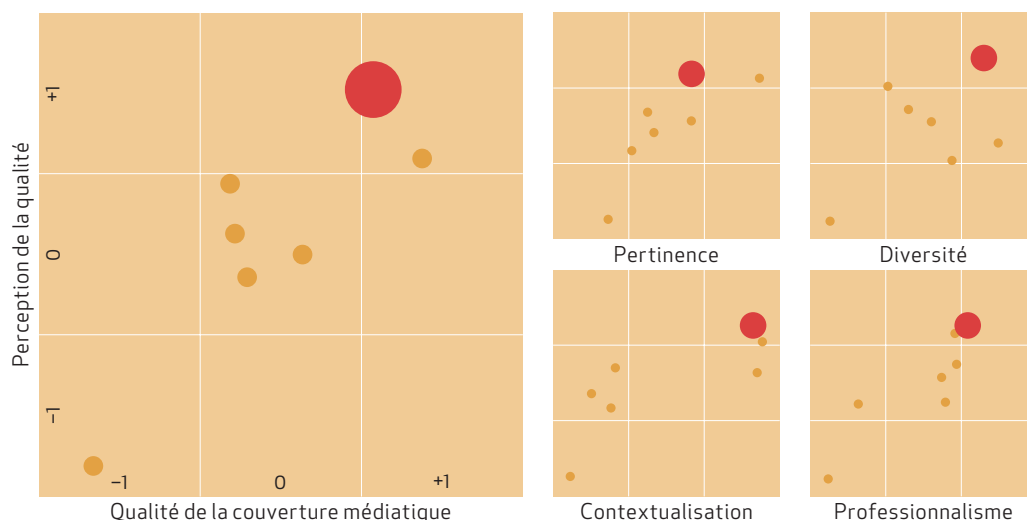
- La NZZ am Sonntag remplit de nouveau ses propres exigences d'être « le principal journal du dimanche ». Dans le groupe des journaux du dimanche et magazines, elle obtient le meilleur résultat, mais cette fois presque sur un pied d'égalité avec la WOZ, qui a été incluse dans l'analyse pour la première fois.
- Les personnes interrogées apprécient la diversité de la couverture de la NZZ am Sonntag – dans cette dimension, le journal se distingue clairement de sa concurrence. Au sein de la population, la NZZ a pu s'améliorer légèrement au fil du temps et dans toutes les dimensions. Dans l'analyse de contenu, le journal du dimanche obtient les meilleures notes avant tout en termes de professionnalisme, même s'il ne peut pas maintenir le niveau de 2016.
- De légères fluctuations de qualité entre les méthodes et les dimensions s'équilibrent globalement – la NZZ am Sonntag démontre presque la même valeur de qualité qu'il y a deux ans.

Classement



Lecture : La NZZ am Sonntag a obtenu le plus grand nombre de points de qualité dans le groupe de comparaison avec une valeur de 77,2, juste avant la WOZ, soit 76,6 points.

Comparaison de la qualité



Lecture : Les résultats de l'analyse de contenu et du sondage de la NZZ am Sonntag coïncident : La NZZ am Sonntag est l'un des titres phares parmi le groupe de comparaison.

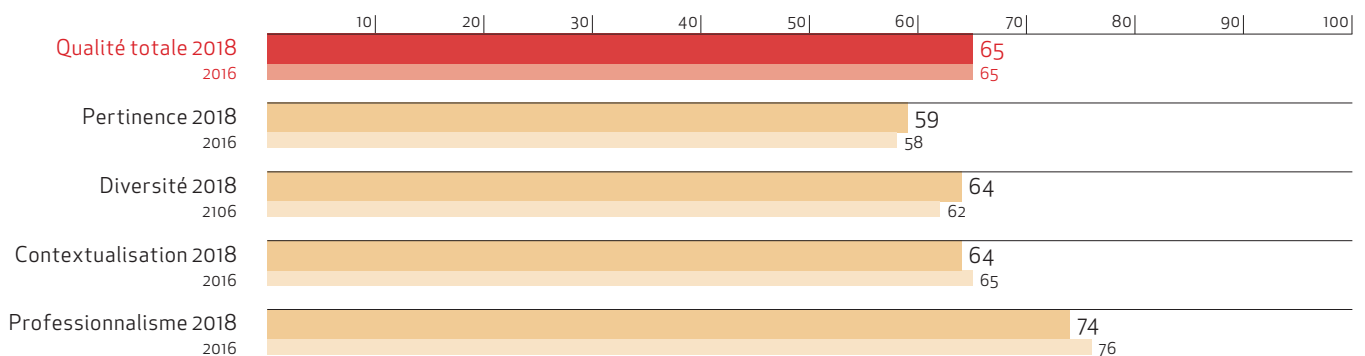
Schweiz am Wochenende CQM-18

Société exploitante	AZ Medien AG	Politique	30%	<div></div>
Contrôleur	AZ Medien AG	Economie	15%	<div></div>
Editeur	Peter Wanner	Culture	15%	<div></div>
Rédacteur en chef	Patrik Müller	Sport	12%	<div></div>
Taux de 2017	345 000	Société	28%	<div></div>
Profil	Journal dominical qui propose des reportages documentés, des éclairages intéressants et un divertissement intelligent dans les domaines de la politique, de la culture, de l'économie, de la société et du lifestyle.			

La continuité dans le changement

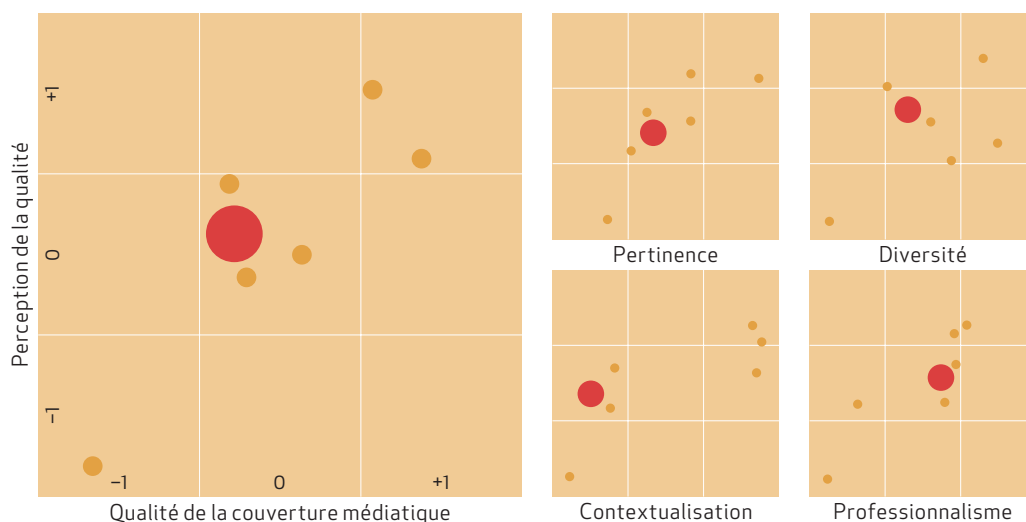
- La Schweiz am Wochenende prend une position moyenne dans le groupe des journaux du dimanche et magazines, bien que la dénomination « journal du dimanche » ne soit plus appropriée. Au printemps 2017, le titre prédécesseur « Schweiz am Sonntag » a été remplacé par une édition plus ample du samedi de l'Aargauer Zeitung.
- Selon le sondage au sein de la population, la Schweiz am Wochenende a même été en mesure d'améliorer légèrement sa qualité par rapport à son prédécesseur. Les personnes interrogées apprécient la pertinence et la diversité du contenu.
- L'analyse de contenu montre de bonnes valeurs pour la Schweiz am Wochenende dans la dimension de la qualité du professionnalisme, bien que le journal du week-end ne puisse pas maintenir le haut niveau de son prédécesseur. Les points gagnés lors du sondage sont égalisés par les pertes dans l'analyse de contenu.

Classement



Lecture : La Schweiz am Wochenende a obtenu 65 points de qualité sur 100, soit la même valeur que son prédécesseur, la Schweiz am Sonntag, deux ans plus tôt.

Comparaison de la qualité



Lecture : L'analyse de contenu et le sondage démontrent les mêmes résultats pour le journal du week-end, les deux le placent au milieu du classement.

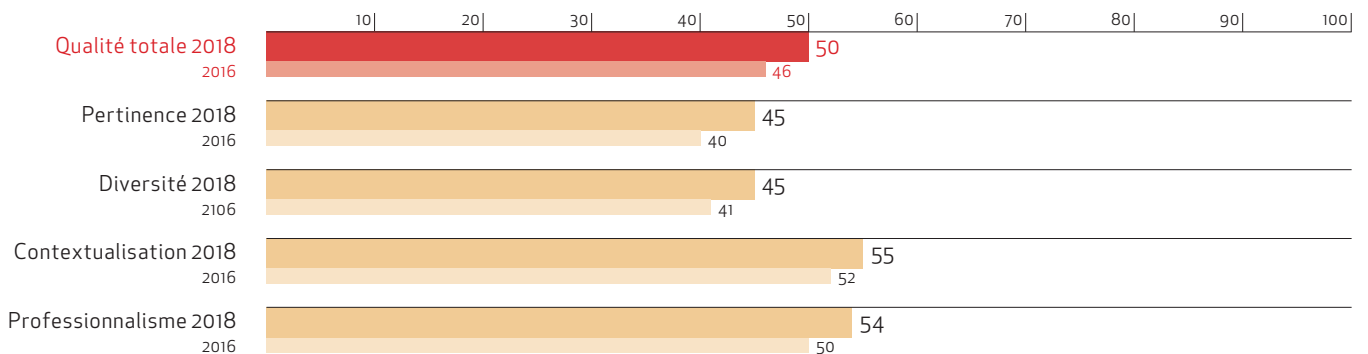
SonntagsBlick

Société exploitante	Ringier AG	Politique	20%	<div></div>
Contrôleur	Ringier AG	Economie	8%	<div></div>
Editeur	Michael Ringier	Culture	15%	<div></div>
Rédacteur en chef	Gieri Cavelti	Sport	24%	<div></div>
Taux de 2017	555 000	Société	33%	<div></div>
Profil	Publie ce que d'autres publieront le lundi. Boussole et guide conçu avec professionnalisme pour le quotidien, la politique, l'économie, la culture, le showbusiness et le sport: actualités, faits, éclairages et exclusivités en format pratique.			

SonntagsBlick : Lanterne rouge avec une nette tendance à la hausse

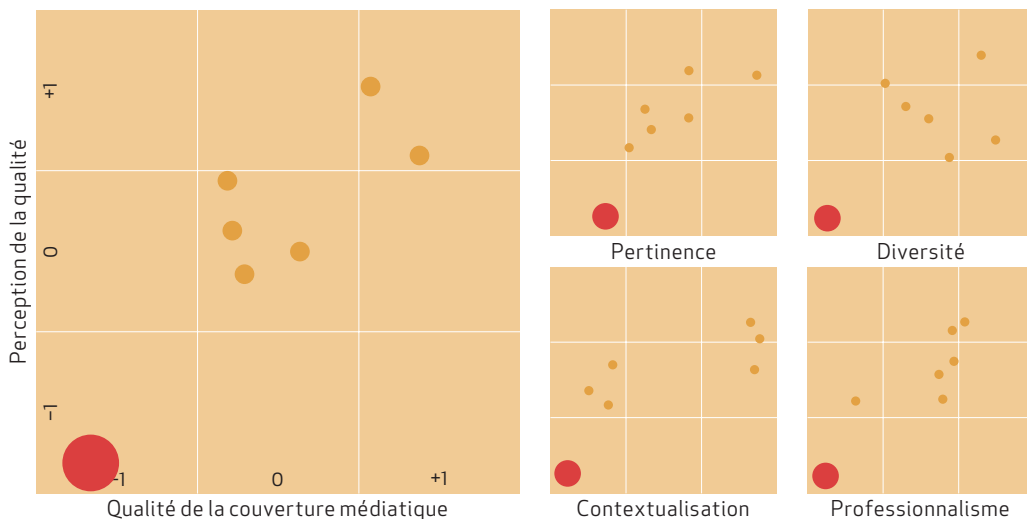
- En ce qui concerne la qualité, le SonntagsBlick s'incline devant la concurrence dans le groupe des journaux du dimanche et magazines dans toutes les dimensions de la qualité – pertinence, diversité, contextualisation et professionnalisme. Ainsi le montrent l'analyse de contenu et le sondage indépendamment l'un de l'autre.
- Le style des reportages émotionnel et la focalisation sur la couverture du sport et des thèmes de société continuent d'être les caractéristiques du journal tabloïd du dimanche.
- Au fil du temps, cependant, le SonntagsBlick a clairement pu regagner du terrain. Par rapport à 2016, il a amélioré son score dans toutes les dimensions de la qualité. Les gains en termes de pertinence et de diversité mesurés par l'analyse de contenu se reflètent également dans la perception de la qualité au sein de la population.

Classement



Lecture : Le SonntagsBlick obtient 50 points de qualité sur 100, soit une augmentation de 4 points de qualité par rapport à la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



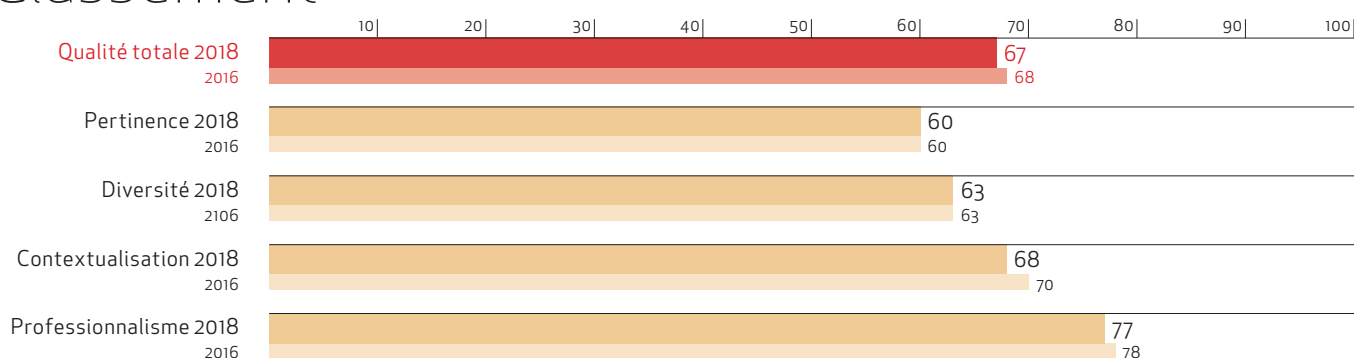
Lecture : Le SonntagsBlick est la lanterne rouge, loin derrière dans son groupe de comparaison, selon les résultats cohérents de l'analyse de contenu et du sondage.

Société exploitante	Tamedia AG	Politique	21%	<div></div>
Contrôleur	Tamedia AG	Economie	16%	<div></div>
Editeur	Pietro Supino	Culture	20%	<div></div>
Rédacteur en chef	Arthur Rutishauser	Sport	19%	<div></div>
Taux de 2017	569 000	Société	24%	<div></div>
Profil	Le journal qui propose des actualités pertinentes et un divertissement intelligent grâce à des sujets surprenants qui couvrent la politique, le sport, la culture, l'économie, la science, les tendances et les voyages.			

Soutien du public malgré des bouleversements internes

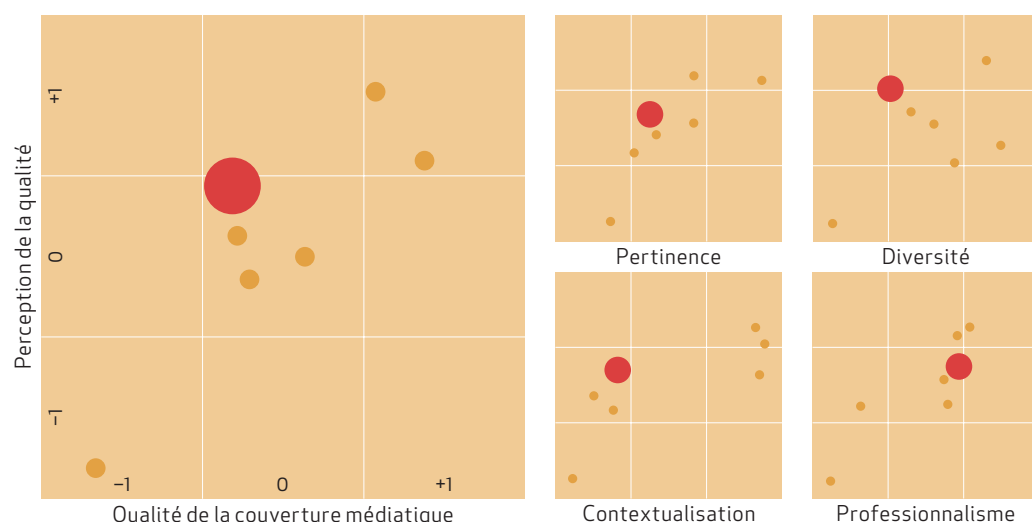
- La SonntagsZeitung se place au milieu du groupe de comparaison, même si elle s'approche des leaders en ce qui concerne les résultats du sondage.
- Le journal se trouve en pleine restructuration interne. Depuis 2016, la SonntagsZeitung et le Tages-Anzeiger ont eu une rédaction en chef commune. En 2017, les départements économiques des deux journaux ont fusionné et au début de 2018 une rédaction centrale a été mise en place, qui, depuis lors, approvisionne de nombreux titres de Tamedia.
- Alors que l'analyse de contenu montre de légères pertes de qualité par rapport à la dernière période de mesure, en particulier en ce qui concerne la contextualisation, les personnes interrogées estiment toujours la qualité de la SonntagsZeitung très élevée, malgré tous ces changements.

Classement



Lecture : La SonntagsZeitung obtient 67 points de qualité sur 100, soit un point de moins que lors de la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



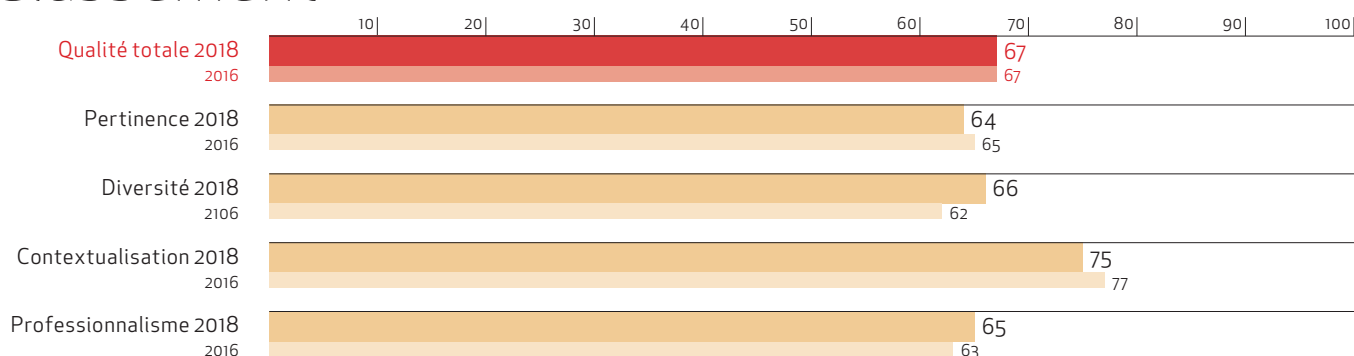
Lecture : La SonntagsZeitung obtient de meilleurs résultats dans le sondage que dans l'analyse de contenu – en particulier en ce qui concerne les dimensions de la diversité et de la contextualisation.

Société exploitante	Weltwoche Verlags AG	Politique	43%	<div></div>
Contrôleur	Weltwoche Verlags AG	Economie	8%	<div></div>
Editeur	Roger Köppel	Culture	22%	<div></div>
Rédacteur en chef	Roger Köppel	Sport	2%	<div></div>
Taux de 2017	191000	Société	25%	<div></div>
Profil	Hebdomadaire en format magazine qui se concentre sur le journalisme d'investigation politique. D'orientation libérale-conservatrice, anti-étatique et favorable l'économie, cet hebdomadaire s'engage pour une Suisse indépendante et pour la démocratie directe.			

Bonne contextualisation avec peu d'objectivité

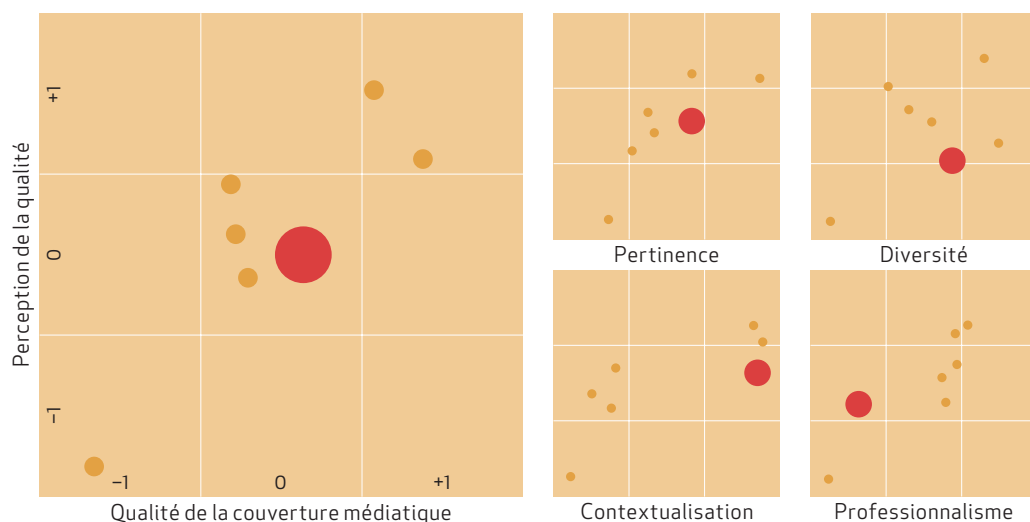
- L'hebdomadaire, qui n'évite pas les controverses politique et parfois les alimente même, se situe au milieu supérieur de son groupe de comparaison, mais aucun autre titre obtient des résultats aussi diversifiés.
- D'une part, les personnes interrogées attestent à la Weltwoche de la haute qualité en ce qui concerne la pertinence du contenu et la contextualisation. D'autre part, ils lui attestent de la faible qualité en termes de la diversité des sujets et des opinions ainsi que du professionnalisme. L'analyse de contenu certifie à la Weltwoche – en plus d'une grande diversité et pertinence – de bons résultats par rapport à la contextualisation. Mais les valeurs dans la dimension du professionnalisme restent loin derrière. Cela s'explique par le style de reportage émotionnel, dirigé contre les opposants politiques.
- Au fil du temps, la Weltwoche ne présente aucun changement significatif de sa qualité.

Classement



Lecture : La Weltwoche atteint 67 points de qualité sur 100, soit le même nombre de points que lors de la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



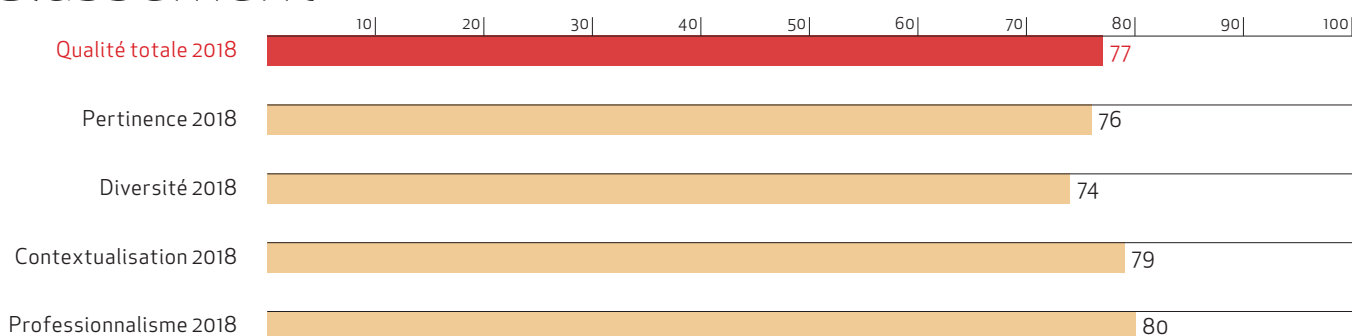
Lecture : Dans l'ensemble, la Weltwoche se place au milieu supérieur du classement. L'analyse de contenu démontre ses atouts en termes de contextualisation et ses faiblesses concernant le professionnalisme qui se fonde sur son style émotionnel dirigé contre les opposants politiques.

Société exploitante	Genossenschaft Infolink	Politique	55%	<div style="width: 55%;"></div>
Contrôleur	Genossenschaft Infolink	Economie	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Editeur	Genossenschaft Infolink	Culture	27%	<div style="width: 27%;"></div>
Responsables de la rédaction	Silvia Süess, Kaspar Surber, Yves Wegelin	Sport	1%	<div style="width: 1%;"></div>
Taux de 2017	85000	Société	10%	<div style="width: 10%;"></div>
Profil	Fondé en 1981, WOZ Die WochenZeitung est l'unique hebdomadaire indépendant de gauche de Suisse alémanique qui ait un rayonnement national.			

Un travail collectif de haut niveau

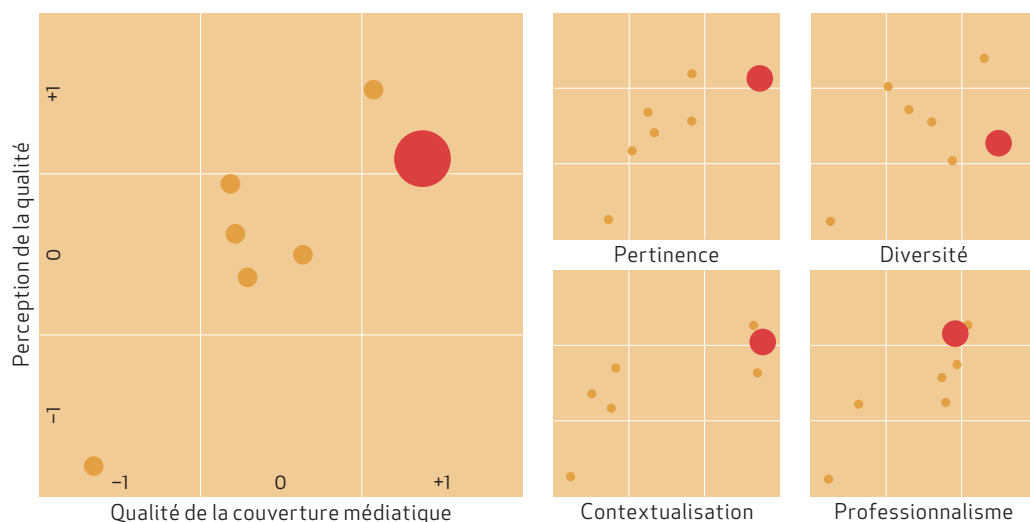
- La WOZ est le seul journal parmi les titres analysés à être organisé en coopérative. La codécision et l'égalité salariale figurent parmi les principes fondamentaux du journal hebdomadaire. Ce cheminement inhabituel porte ses fruits : Dans le groupe des journaux du dimanche et magazines, la WOZ a obtenu un total de 76.6 points de qualité, à un cheveu près derrière la NZZ am Sonntag.
- Dans l'analyse de contenu, la WOZ est même le leader incontesté, elle laisse sa concurrence derrière elle surtout en termes de la pertinence des contenus. Le seul point faible : Les personnes interrogées ont estimé que la diversité des sujets et des opinions de la WOZ est inférieure à la moyenne – peut-être que certains lecteurs la jugent trop orientée vers la gauche et donc partisane.
- Une comparaison avec la période de mesure précédente n'est pas possible, car le titre n'a pas été pris en compte dans le dernier CQM.

Classement



Lecture : L'hebdomadaire WOZ obtient 76.6 points de qualité sur 100 et occupe ainsi une place en tête du classement – presque au même niveau que la NZZ am Sonntag, qui obtient exactement 77.2 points.

Comparaison de la qualité



Lecture : L'hebdomadaire WOZ a obtenu les meilleurs résultats dans l'analyse de contenu – même avant la NZZ am Sonntag, qui obtient à son tour des résultats légèrement meilleurs dans le sondage.

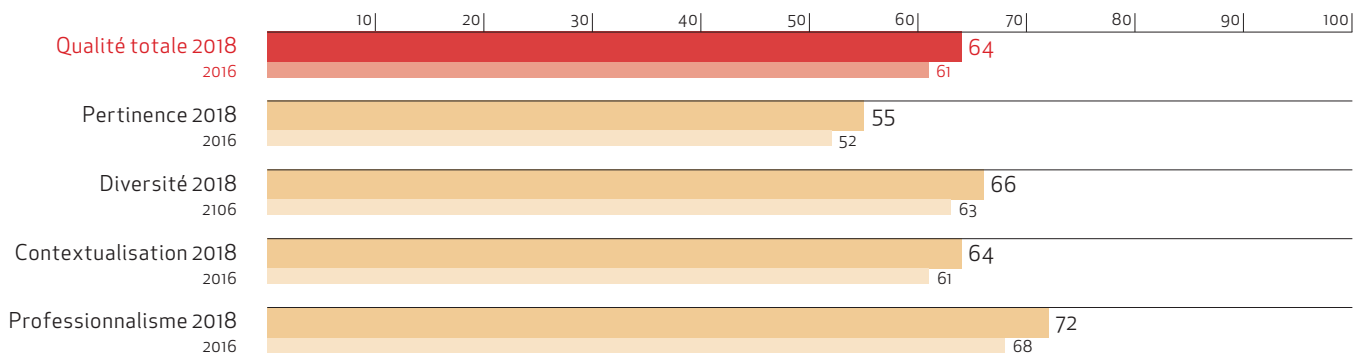
Le Matin Dimanche

Société exploitante	Tamedia Publications romandes SA	Politique	20%	<div></div>
Contrôleur	Tamedia AG	Economie	16%	<div></div>
Editeur	Pietro Supino	Culture	22%	<div></div>
Rédactrice en chef	Ariane Dayer	Sport	20%	<div></div>
Taux de 20157	383000	Société	23%	<div></div>
Profil	Recherche, politique, économie, sport, culture et société. Le Matin Dimanche veille toujours à offrir à ses lecteurs des informations, mais aussi un moment de plaisir.			

Stable malgré les turbulences

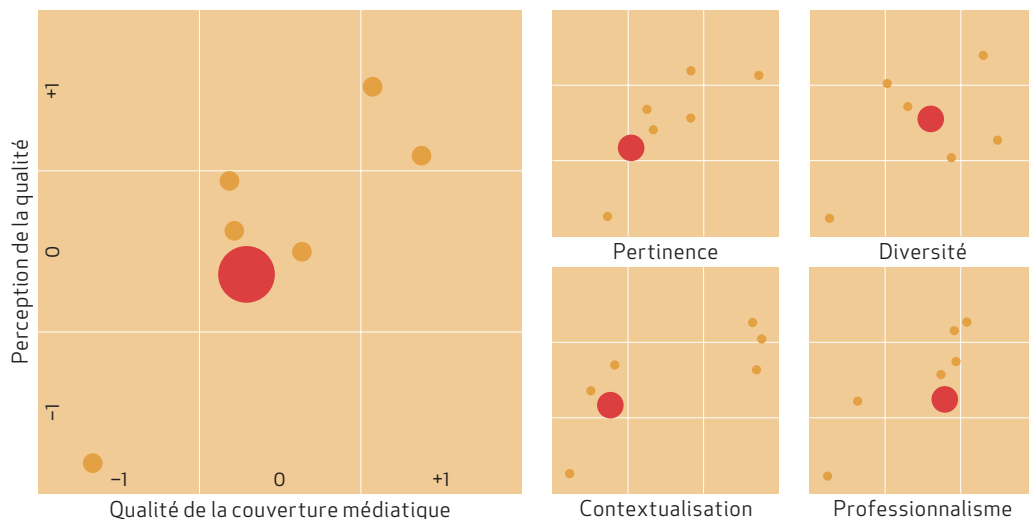
- Tamedia a annoncé en juin 2018 qu'elle mettrait fin à l'édition imprimée du Matin, sans toucher au Matin Dimanche. Il faut l'espérer, car les résultats de l'analyse de contenu et du sondage montrent que le journal du dimanche de la Suisse romande parvient toujours à combiner le journalisme tabloïd avec de la qualité journalistique. Le Matin Dimanche – contrairement au titre boulevard SonntagsBlick – peut regagner du terrain et se place au milieu du groupe de comparaison.
- Le public apprécie particulièrement la diversité des sujets et des opinions, tandis que l'analyse de contenu mesure des valeurs élevées dans la dimension du professionnalisme.
- Au fil du temps, Le Matin Dimanche, poussé par les résultats du sondage, pouvait s'améliorer dans toutes les dimensions. Il faut donc espérer qu'au moins Le Matin Dimanche, en tant qu'édition imprimée, s'avérera commercialisable en Suisse romande.

Classement



Lecture : Le Matin Dimanche obtient 64 points de qualité sur 100. Une augmentation de 3 points par rapport à la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité

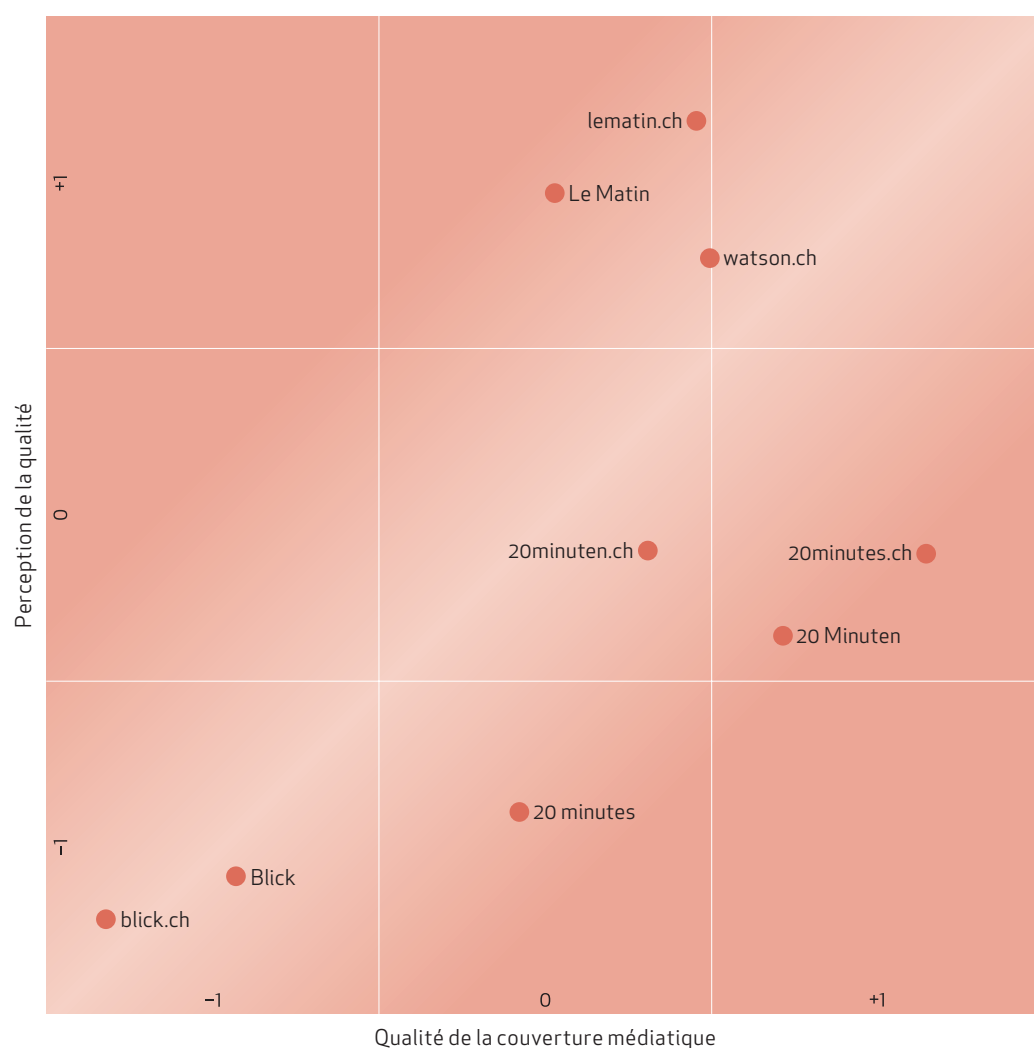


Lecture : Le Matin Dimanche se positionne dans le milieu inférieur du classement. Ainsi le constatent les résultats de l'analyse des contenus et du sondage.

Tabloïds et journaux gratuits

Le premier journal à sensation a fait son apparition en Suisse en 1959. Le Blick est alors rapidement devenu le journal le plus lu. L'arrivée sur le marché des quotidiens gratuits après le tournant du millénaire a soumis les journaux à sensation traditionnels et payants à une forte concurrence. Les différentes versions linguistiques du quotidien gratuit 20 Minuten et le Blick am Abend (non inclus dans cette analyse) misent sur des informations magazine divertissantes rapidement lus. Au gré de la digitalisation croissante, la mode du sensationnel s'est encore renforcée. Dans les années 2000, les journaux à sensation – tabloïds – traditionnels et les quotidiens gratuits ont lancé des contenus en ligne qui ont un taux de pénétration élevé. L'apparition de watson.ch en 2014, une offre exclusivement en ligne, a mis 20 Minuten et Blick sous une pression additionnelle tout en offrant des informations sérieuses et des histoires divertissantes. Au fil de la numérisation, une nouvelle « monnaie »

a vu le jour : la portée générée par les clics et les partages. Les informations magazine, les récits émotionnels, révoltants, et les articles impliquant des personnalités se révèlent particulièrement populaires en termes de clics. Cela influence les stratégies d'édition et le profil qualitatif relativement médiocre des tabloïds et journaux gratuits. Le grand intérêt du public incite également l'intérêt des annonceurs. En dépit de certains préjugés, le journalisme à sensation peut jouer un rôle important dans les sociétés démocratiques : Ce genre de journalisme peut en effet exercer un rôle de contrôle/ de gardien et peut également apporter une dynamique de proximité à des thèmes d'envergure. Cela implique toutefois qu'il s'intéresse suffisamment et réellement aux thématiques pertinentes sur le plan socio-politique.



Qualité de la couverture médiatique et perception de la qualité au sein de la population

Pour l'analyse de contenu (l'axe X) et le sondage (l'axe Y), le graphique montre si un titre atteint des valeurs de qualité inférieures à la moyenne (-1), moyennes (0) ou supérieures à la moyenne (+1) en comparaison avec son groupe. Pour les titres qui se situent en diagonale, les deux méthodes ont produit des résultats analogiques. Pour les titres en dehors de la diagonale, les résultats de l'analyse de contenu et du sondage diffèrent. Les points positionnés au-dessus de la diagonale démontrent que les titres correspondants ont vu s'attribuer une qualité supérieure dans le sondage. Si les titres se situent en dessous de la diagonale, ils ont obtenu un résultat supérieur dans l'analyse de contenu.

Lecture : en comparant 20 minutes avec les autres tabloïds et journaux gratuits, on observe qu'en termes de contenus, la qualité mesurée est dans la moyenne. Dans le sondage, le titre obtient toutefois des résultats inférieurs à la moyenne.

Lematin.ch conquiert la première place du groupe

Alors que le site d'actualités de 20 Minuten (en allemand) pouvait encore rivaliser avec lematin.ch en 2016, le titre se situe maintenant dans le milieu du classement et laisse le podium à l'offre en ligne du Matin. Les deux titres de Ringier, Blick et blick.ch, continuent à être les lanternes rouges du classement. Alors que les journaux par abonnement imprimés continuent de surpasser les offres en ligne en termes de qualité, la situation est plus ambivalente dans le groupe des tabloïds et journaux gratuits. Ici, lematin.ch et 20minutes.ch créent de la valeur ajoutée. 20minuten.ch et blick.ch se mettent au pas de leurs homologues imprimés et obtiennent les mêmes scores. Dans le cas de six des neuf titres examinés, les deux méthodes d'analyse – analyse de contenu et sondage – mènent à des résultats différents.

Bien que la couverture médiatique de 20 minutes – en ligne et hors ligne – et du 20 Minuten imprimé obtiennent des valeurs de qualité acceptables dans ce groupe, ces titres ont tendance à être jugés inférieurs à la moyenne par le public. Les tabloïds de langue française et watson.ch avec son offre exclusivement numérique (nouvellement inclus dans ce groupe de comparaison) sont évalués bonne disproportionnellement par les personnes interrogées, alors que l'analyse de contenu ne constate que des valeurs moyennes.

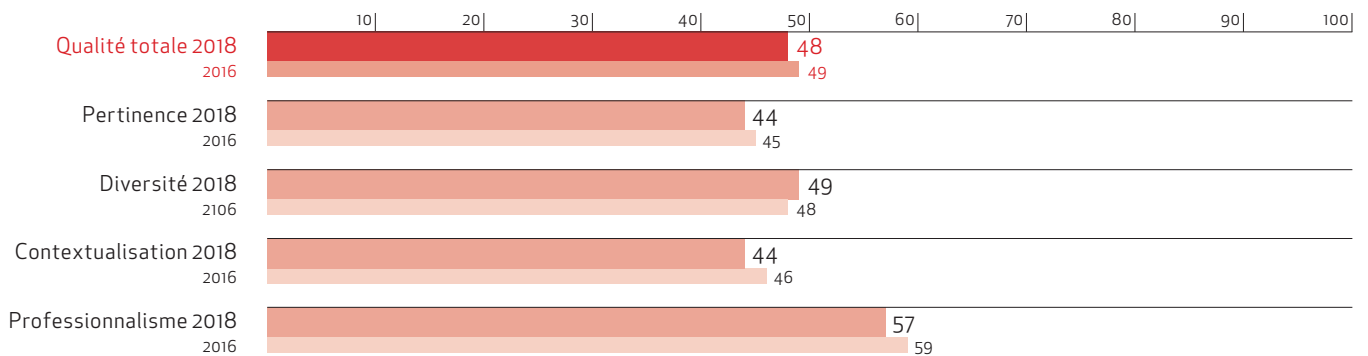
20 Minuten

Société exploitante	20 Minuten AG	Politique	18%	
Contrôleur	Tamedia AG	Economie	12%	
Editeur	Pietro Supino	Culture	9%	
Rédacteur en chef	Marco Boselli	Sport	16%	
Taux de 2017	1357000	Société	45%	
Profil	Le quotidien gratuit lancé en 1999 en Suisse alémanique alimente les débats grâce à ses actualités en matière de politique, d'économie, de sport, de divertissement et à sa rubrique services.			

Un public plus critique envers la qualité

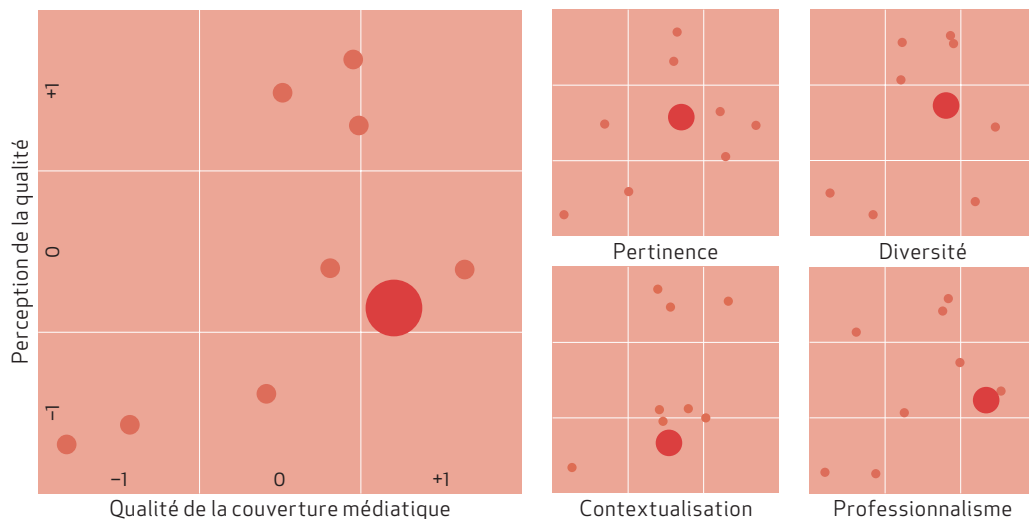
- 20 Minuten peut suivre le rythme des tabloïds et des autres journaux gratuits.
- Le journal gratuit reste fidèle à ses contenus. Son profil continue d'être caractérisé par des histoires courtes et concises qui satisfont le besoin de s'informer des thèmes de société. Le ton plus objectif et la transparence en matière de sources plus élevée – par rapport aux tabloïds – se font remarquer positivement.
- 20 Minuten n'est plus aussi bien reçu par le public qu'il y a deux ans. Surtout, la faible contextualisation est critiquée par les personnes interrogées.

Classement



Lecture : 20 Minuten obtient 48 points de qualité sur 100 en 2018 et perd un point de qualité par rapport à la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



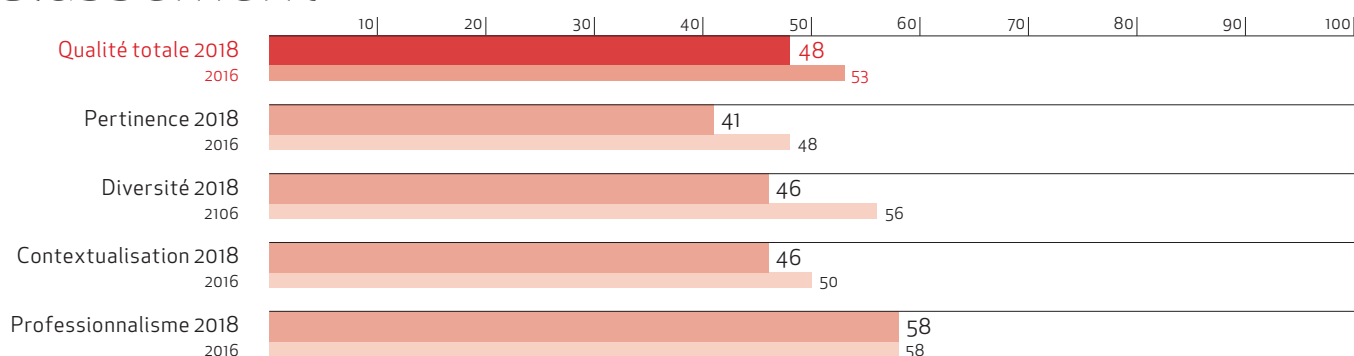
Lecture : Les personnes interrogées estiment la qualité de 20 Minuten inférieure en comparaison avec l'analyse de contenu. En particulier dans les dimensions de qualité de la contextualisation et du professionnalisme, les valeurs obtenues dans l'analyse de contenu sont nettement meilleures.

Société exploitante	20 Minuten AG	Politique	12%	<div></div>
Contrôleur	Tamedia AG	Economie	10%	<div></div>
Editeur	Pietro Supino	Culture	6%	<div></div>
Rédacteur en chef	Marco Boselli	Sport	10%	<div></div>
Taux de 2017	987000	Société	61%	<div></div>
Profil	Le portail d'actualités le plus rapide présente 24h/24 des nouvelles et éclairages sur la politique, l'économie, le sport, le numérique, la science et le divertissement.			

Le tenant du titre en chute

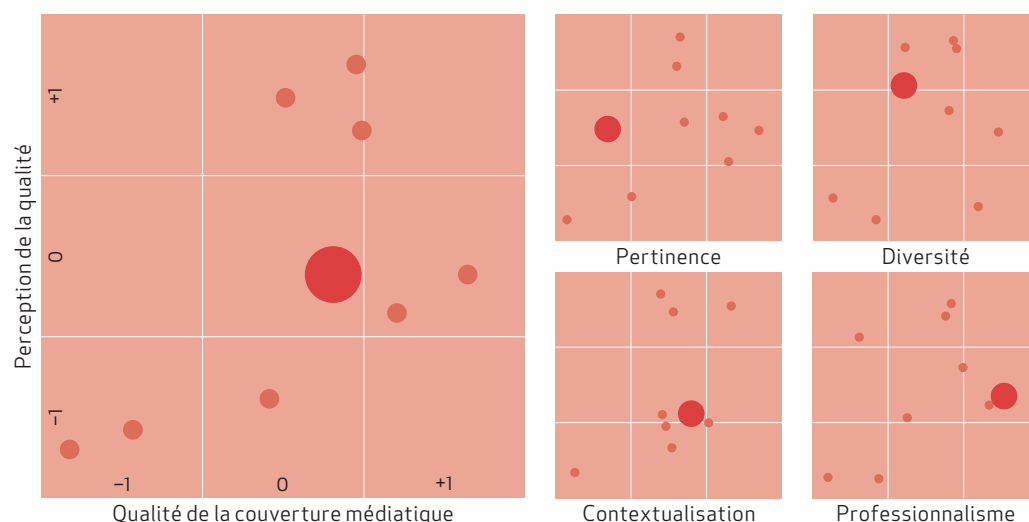
- Le vainqueur du groupe tabloïds et journaux gratuits du CQM-18 doit céder sa première place à lematin.ch. L'analyse actuelle des contenus confirme toutefois des valeurs de qualité solides pour le site d'actualités. Elles ne sont surpassées que par blick.ch et watson.ch.
- Dans le groupe de comparaison, 20minuten.ch ne peut pas suivre le rythme du classement en termes de contextualisation.
- Alors qu'il y a deux ans, la qualité de 20minuten.ch était nettement supérieure à celle de l'édition imprimée, le site d'actualités offre désormais un choix moins diversifié de sujets, qui inclurait des informations sérieuses dans les secteurs de la politique, de l'économie et la de culture autant que des informations magazine. La perte de qualité montrée par l'analyse de contenu est de même remarquée par le public. Les résultats du sondage se sont détériorés dans toutes les dimensions de la qualité.

Classement



Lecture : 20minuten.ch obtient 48 points de qualité sur 100 en 2018 et perd 5 points de qualité par rapport à la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



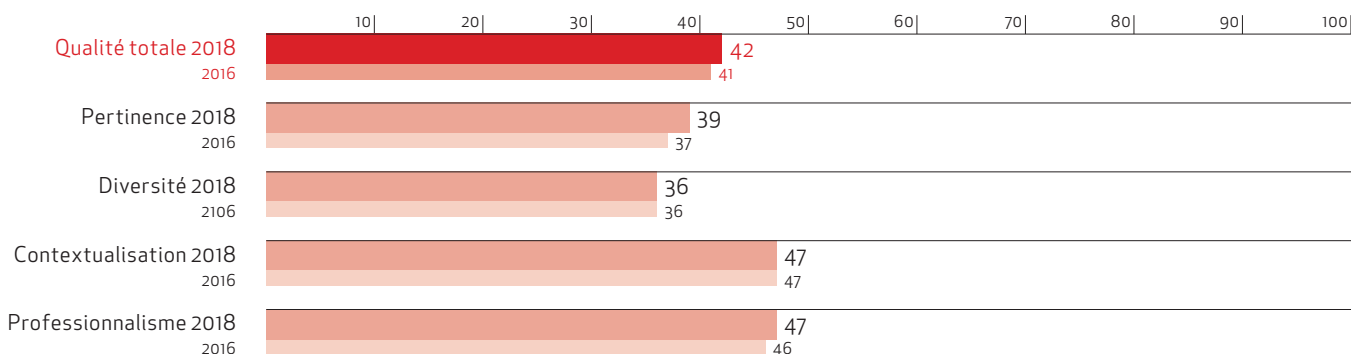
Lecture : Les personnes interrogées ont estimé que la qualité globale de 20minuten.ch est similaire à celle constatée par l'analyse de contenu. Il y a des différences dans les dimensions de la qualité individuelles : le portail obtient de meilleurs scores en termes de pertinence et de diversité dans le sondage, et en termes de contextualisation et de professionnalisme c'est l'inverse.

Société exploitante	Ringier AG	Politique	15%	<div></div>
Contrôleur	Ringier AG	Economie	9%	<div></div>
Editeur	Michael Ringier	Culture	4%	<div></div>
Rédacteur en chef	Andreas Dietrich	Sport	33%	<div></div>
Taux de 2017	479 000	Société	37%	<div></div>
Profil	Média de référence en suisse qui aborde des thèmes qui font parler d'eux. Récits exclusifs, émotionnels, polémiques, provocants. Proche de l'économie, indépendant – ni à gauche, ni à droite.			

Peu de reconnaissance pour la contextualisation

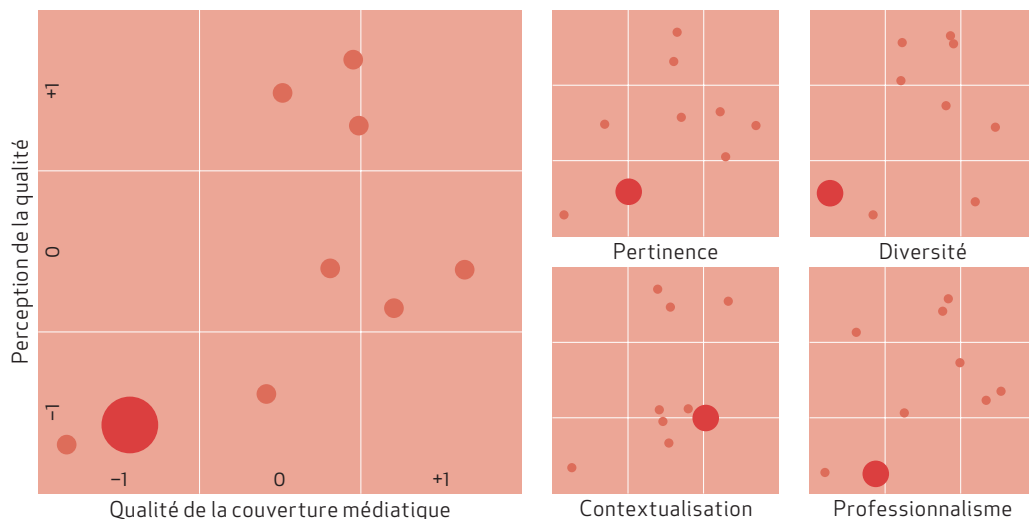
- Le journal traditionnel de la maison Ringier présente toute la richesse du journalisme à sensation. D'une part, le Blick reste actuellement en dessous de la moyenne en raison de sa stratégie très claire de se concentrer sur des informations magazine.
- D'autre part, le Blick offre à ses lecteurs une valeur ajoutée réelle, comparé aux journaux gratuits : une bonne contextualisation. Dans cette dimension de qualité, le Blick est non seulement au même niveau que watson.ch, mais il montre une performance comparable à celle des journaux régionaux comme la Berner Zeitung ou le St. Galler Tagblatt. C'est ce que montre l'analyse des contenus. Toutefois, les personnes interrogées sont sceptiques et jugent la contextualisation inférieure à la moyenne.
- Dans le temps, le Blick arrive à maintenir ses résultats, mais occupe à nouveau l'avant dernière place dans le classement global.

Classement



Lecture : En 2018, le Blick atteint 42 points de qualité sur 100, soit un point de plus que lors de la période de mesure précédente.

Comparaison de la qualité



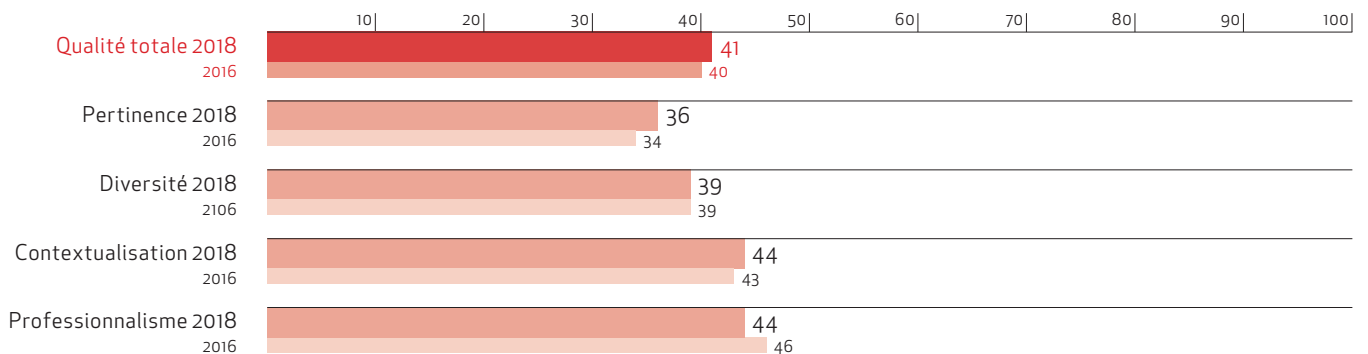
Lecture : Les personnes interrogées ont tendance à évaluer la qualité du Blick inférieure à celle avérée par l'analyse de contenu. Seul dans la dimension de la diversité les valeurs se correspondent.

Société exploitante	Ringier AG	Politique	14%	
Contrôleur	Ringier AG	Economie	7%	
Editeur	Michael Ringier	Culture	7%	
Rédactrice en chef	Katia Murmann	Sport	14%	
Taux de 2017	731000	Société	58%	
Profil	Le plus grand site d'actualités helvétique présente en ligne toutes les dernières nouvelles et annonces de Suisse et du monde entier, dans les domaines people, du sport, de l'économie et du lifestyle.			

blick.ch doit à nouveau se contenter de la dernière place du classement

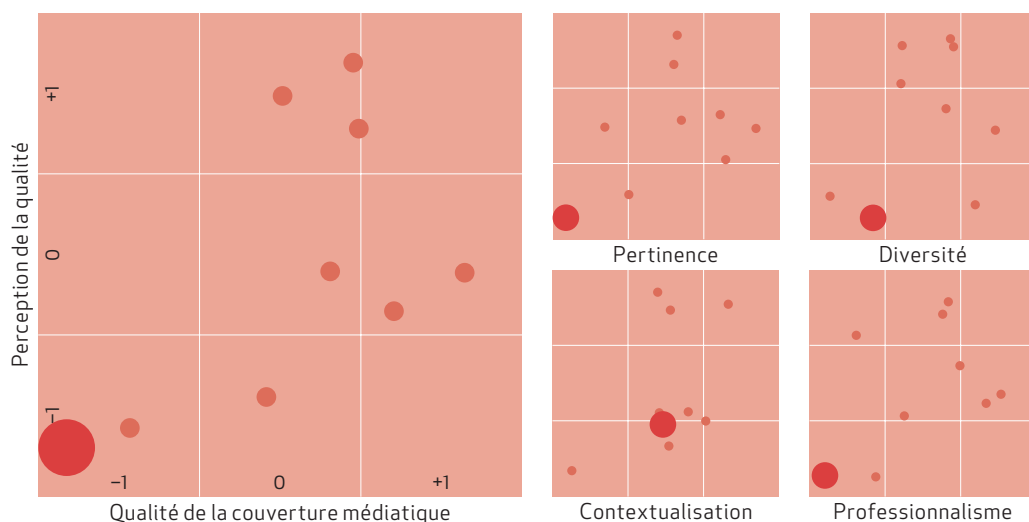
- La qualité du site d'actualités est nettement inférieure à celle des autres tabloïds et journaux gratuits. Il continue d'être la lanterne rouge de la totalité des 50 offres d'information analysées.
- Par rapport à son homologue imprimé, blick.ch offre un éventail d'actualités un peu plus diversifié, mais les résultats dans les autres dimensions n'arrivent pas à la cheville du Blick - même si les contenus proviennent de la même newsroom. Ainsi, le site d'actualités pourrait facilement profiter de la contextualisation relativement solide offerte par l'édition imprimée.
- Le site d'actualités n'a pas pu améliorer ses performances par rapport à la dernière analyse de qualité, comme le montrent les résultats de l'analyse de contenu et du sondage.

Classement



Lecture : blick.ch obtient 41 points de qualité sur 100 en 2018 et gagne un point de qualité comparé à la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



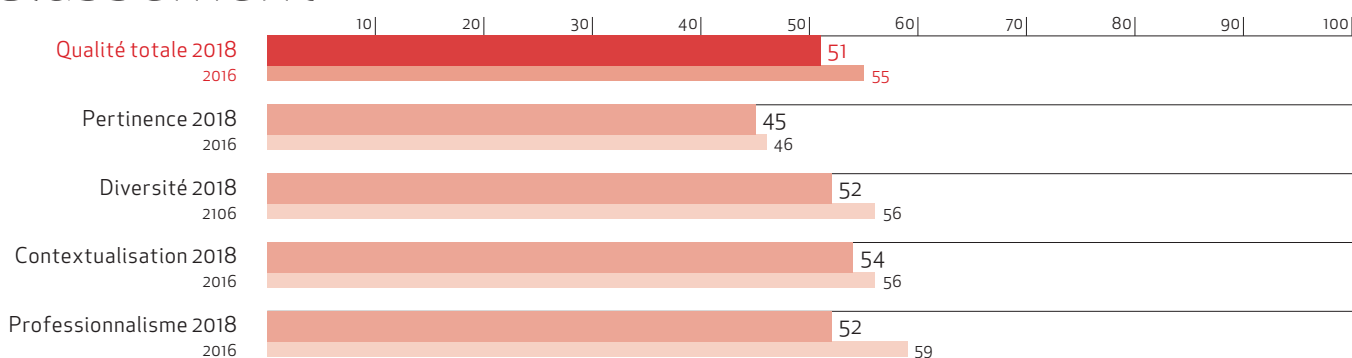
Lecture : Les personnes interrogées ont estimé que la qualité globale de blick.ch est similaire à celle constatée par l'analyse de contenu. En termes de diversité et de contextualisation, les scores obtenus lors du sondage sont inférieurs à ceux de l'analyse de contenu.

Société exploitante	FixxPunkt AG	Politique	24%	
Contrôleur	FixxPunkt AG	Economie	5%	
Editeur	Peter Wanner	Culture	10%	
Rédacteur en chef	Maurice Thiriet	Sport	17%	
Taux de 2017	138500	Société	44%	
Profil	News unfucked – portail d'actualités mobile: adaptatif, multimédia, actuel, interactif et sur mesure. Venu pour rester.			

watson.ch n'est plus aussi convaincant

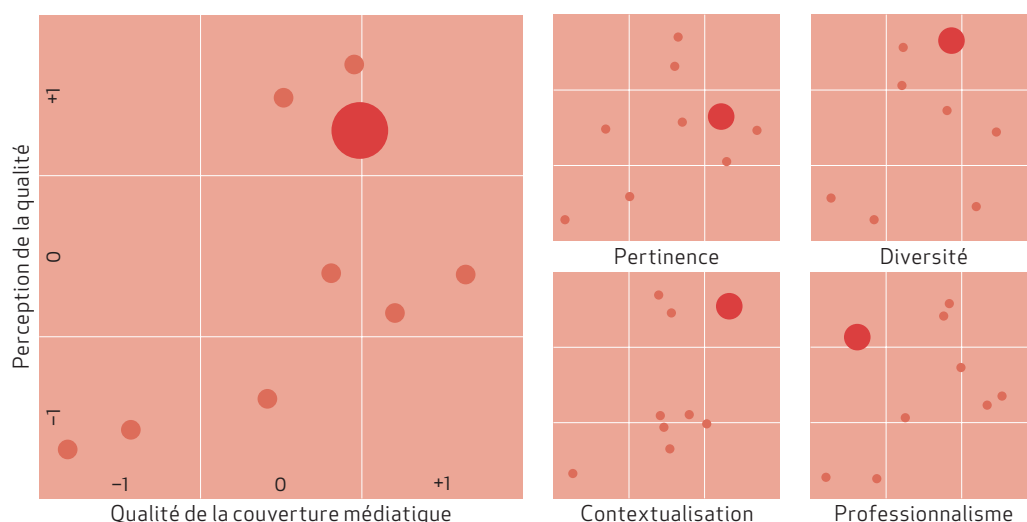
- Il y a deux ans, l'analyse du site d'actualités portait le titre : « watson.ch, inclassable. » Le mélange de nouvelles, d'analyse et, sans conteste, d'images de chats, a contribué à un bilan de qualité mitigé. Il a été question de grandes ambitions et d'attentes qui n'ont pas encore été entièrement réalisées.
- Dans l'actuel CQM, watson.ch ne fait plus part du groupe des quotidiens imprimés et en linges, il est maintenant en concurrence avec les tabloïds et les journaux gratuits. Dans ce groupe, watson.ch se classe juste derrière le leader lematin.ch. Le site arrive donc à suivre le rythme, notamment en ce qui concerne sa contextualisation plus prononcée qui arrive au même niveau que les journaux régionaux par abonnement.
- Un bémol : Dans le temps, les scores obtenus dans l'analyse de contenu et dans le sondage sont en légère baisse dans presque toutes les dimensions de la qualité. Une concentration sur les questions d'importance sociale pourrait contrarier cette évolution.

Classement



Lecture : watson.ch a obtenu 51 points de qualité sur 100 en 2018, perdant 4 points par rapport à la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



Lecture : Les personnes interrogées estiment la qualité de watson.ch meilleure que ne le montre l'analyse de la qualité. Ce n'est que dans la dimension « pertinence » que l'estimation des personnes interrogées est inférieure à celle de l'analyse des contenus.

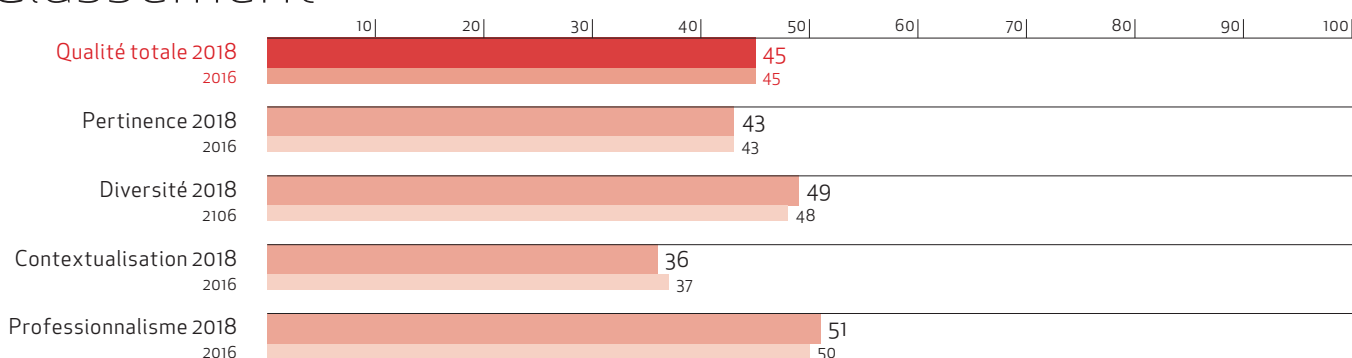
20 minutes

Société exploitante	20 minutes SA	Politique	18%	
Contrôleur	Tamedia AG	Economie	15%	
Editeur	Pietro Supino	Culture	12%	
Rédacteur en chef	Philippe Favre	Sport	16%	
Taux de 2017	486 000	Société	39%	
Profil	Le quotidien gratuit lancé en 2006 en Suisse romande alimente les débats grâce à ses actualités en matière de politique, d'économie, de sport, de divertissement et à sa rubrique Services.			

Des difficultés avec le public

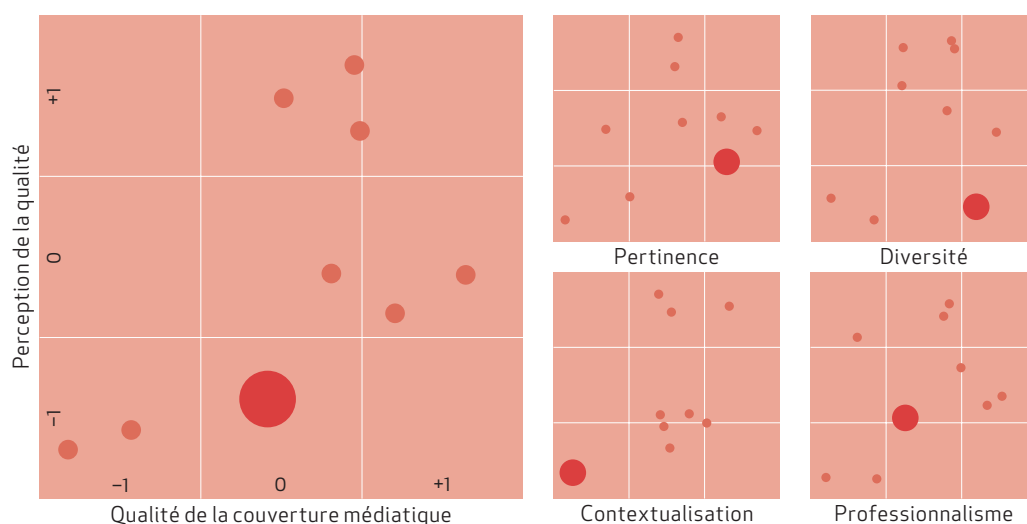
- 20 minutes se place au bas du classement, le journal gratuit atteint à nouveau des valeurs inférieures à son homologue suisse allemand 20 Minuten.
- La plus grande faiblesse du titre est clairement son manque de contextualisation. Le journal de langue française, cependant, réussit bien en ce qui concerne la pertinence de ses articles. Néanmoins, le public n'est pas convaincu, 20 Minuten se classe moins bien dans le sondage que les résultats de l'analyse de contenu ne le suggèrent.
- À nouveau dans cette période de mesure, le public estime la qualité inférieure à la moyenne. Les lecteurs ressentent le manque d'analyses plus approfondies et de la contextualisation des événements.

Classement



Lecture : 20 minutes obtient 45 points de qualité sur 100 en 2018, comme lors de la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



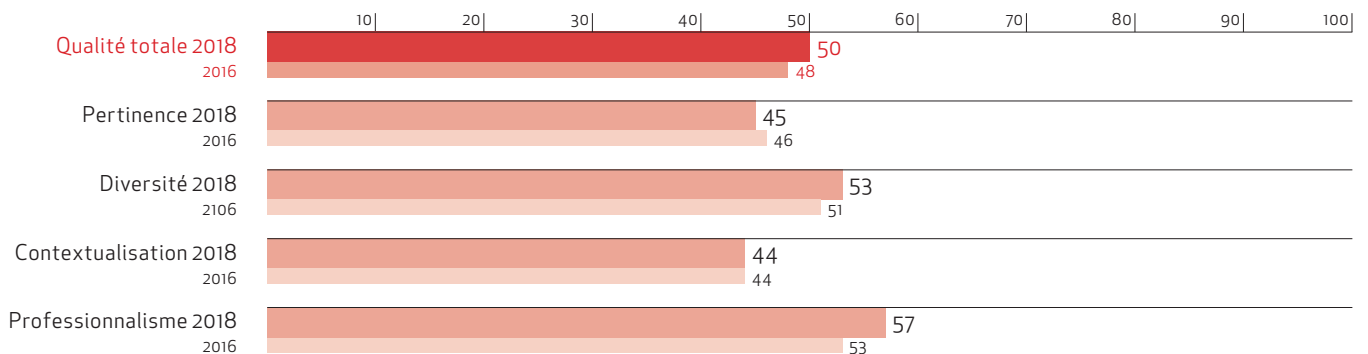
Lecture : Les résultats obtenus lors du sondage sont inférieurs à ceux de l'analyse de contenu. Le titre atteint des valeurs significativement plus faibles dans le sondage que dans l'analyse de contenu en particulier en ce qui concerne la pertinence et la diversité.

Société exploitante	20 minutes SA	Politique	22%	<div></div>
Contrôleur	Tamedia AG	Economie	9%	<div></div>
Editeur	Pietro Supino	Culture	13%	<div></div>
Rédacteur en chef	Philippe Favre	Sport	10%	<div></div>
Taux de 2017	312500	Société	45%	<div></div>
Profil	Vous allez en parler.			

Valeur ajoutée en ligne par rapport à l'édition imprimée

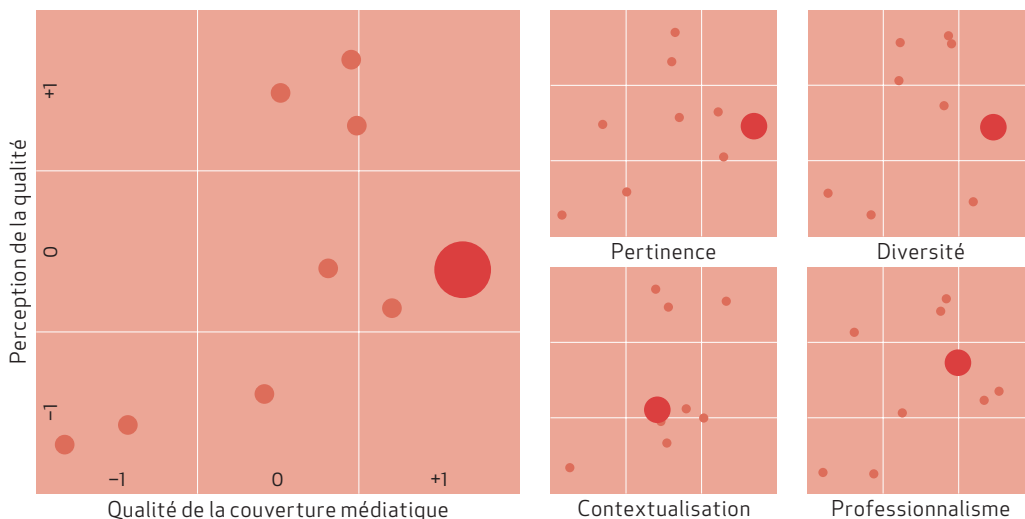
- Son homologue en ligne arrive à ce que le 20 minutes imprimé ne réussit pas. Le site d'actualités marque des points au sein du public, et l'analyse de contenu lui atteste également des valeurs de qualité relativement élevées.
- Si les résultats du sondage n'étaient pas pris en compte, 20minutes.ch occuperait même la première place. Par rapport aux autres journaux gratuits et tabloïds, l'atout du site d'information réside dans sa capacité à rapporter des événements importants pour la société de manière diversifiée. En ce qui concerne la pertinence des sujets, la qualité de 20 minutes est presque au même niveau que celle du site d'actualités du Tages-Anzeiger.
- Par rapport à 2016, la qualité de la couverture médiatique de 20minutes.ch s'est améliorée. L'offre est plus diversifiée et plus objective qu'auparavant.

Classement



Lecture : 20minutes.ch obtient 50 points de qualité sur 100 en 2018, soit 2 points de plus que lors de la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



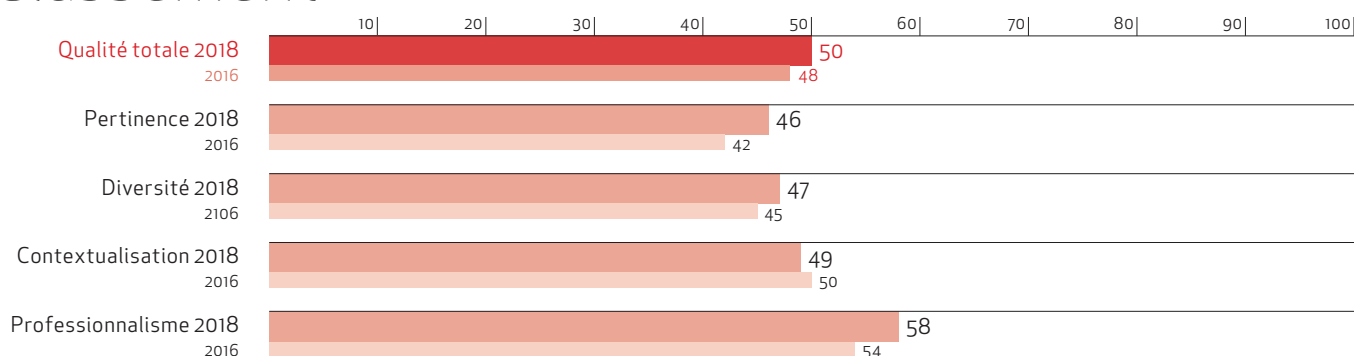
Lecture : Les personnes interrogées estiment que la qualité de 20minutes.ch est inférieure à celle constatée par l'analyse des contenus. En particulier en ce qui concerne la pertinence et la diversité, le titre atteint des valeurs inférieures dans le sondage que dans l'analyse des contenus.

Société exploitante	Tamedia Publications romandes SA	Politique	19%	<div></div>
Contrôleur	Tamedia AG	Economie	4%	<div></div>
Editeur	Pietro Supino	Culture	8%	<div></div>
Rédacteur en chef	Grégoire Nappey	Sport	35%	<div></div>
Taux de 2017	234 000	Société	34%	<div></div>
Profil	Le quotidien payant leader du marché en Suisse romande se concentre sur l'actualité, l'humain et le sport. Il informe, explique et commente dans une forme et un ton originaux.			

Le tabloïd de la Suisse romande cesse de paraître

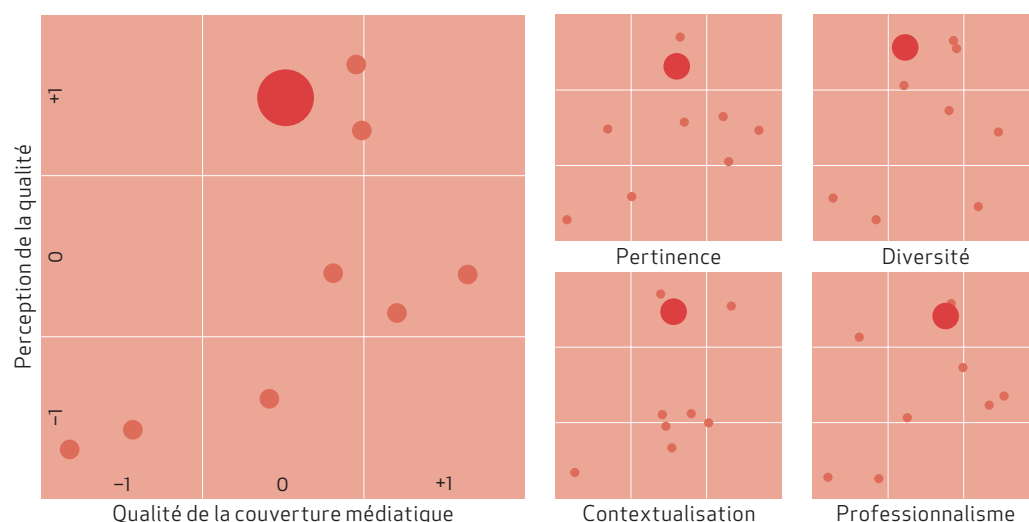
- Le Matin atteint une place en tête du groupe des tabloïds et des journaux gratuits.
- Le titre peut être fier de sa performance en termes de contextualisation. Le lectorat apprécie que le journal aborde des sujets socialement pertinents et les mette en perspective. Le titre prouve que les tabloïds peuvent également offrir de la bonne qualité. La décision de Tamedia de mettre fin à la publication du Matin en juillet 2018 est d'autant plus regrettable. Outre L'Express et L'Hebdo, la Suisse romande perd un autre journal payant.
- Depuis la dernière analyse de qualité, le titre a clairement mieux réussi auprès du public, ce qui ne reconfortera guère les journalistes et leur lectorat.

Classement



Lecture : Le Matin obtient 50 points de qualité sur 100 en 2018, soit deux de plus que lors de la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



Lecture : Les personnes interrogées ont estimé la qualité du Matin clairement supérieure à celle avérée par l'analyse de contenu. Dans toutes les catégories, le titre atteint des valeurs plus élevées lors du sondage que dans l'analyse de contenu.

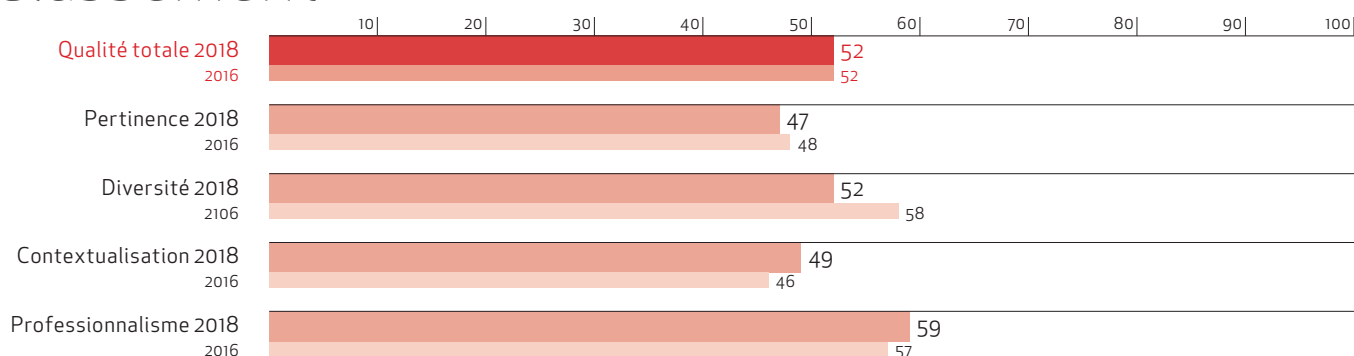
Société exploitante	Tamedia Publications romandes SA
Contrôleur	Tamedia AG
Editeur	Pietro Supino
Rédacteur en chef	Grégoire Nappey
Taux de 2017	114 500
Profil	Site Internet du Matin.

Politique	13%	
Economie	14%	
Culture	12%	
Sport	10%	
Société	50%	

Le portail tabloïd prometteur survit pour l'instant

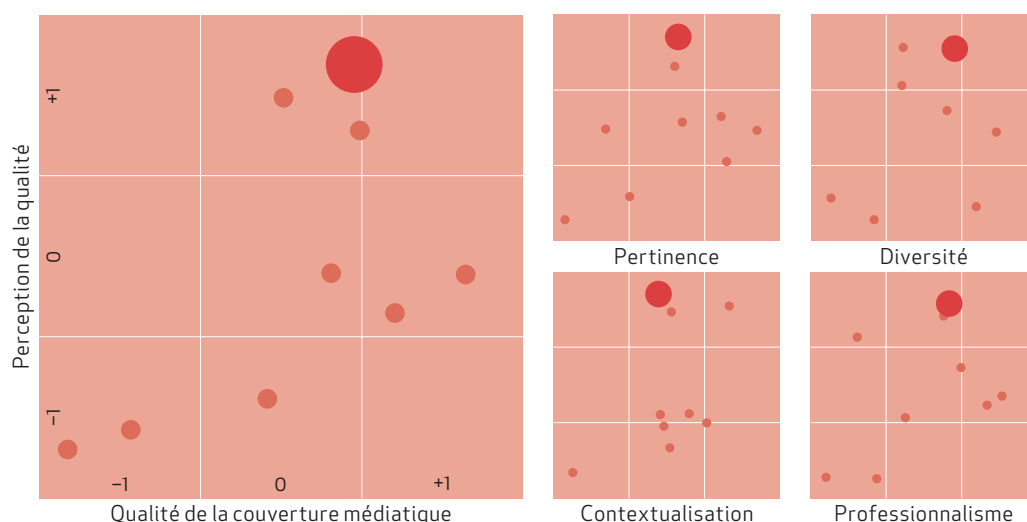
- lematin.ch a réussi à éjecter le site d'actualités de 20 Minuten du podium du groupe. Aucun autre format de tabloïd et de journal gratuit examiné n'a obtenu autant de points de qualité.
- Le public juge surtout la « pertinence » et la « diversité » des informations comme points forts du site web. Le portail en ligne du Matin continuera son travail même après la fin de l'édition imprimée en juillet 2018. Toutefois, il reste à savoir s'il arrivera à maintenir son niveau de qualité élevé avec moins de ressources disponibles.
- L'analyse de contenu atteste des résultats similaires pour le site d'actualités par rapport à la dernière série de mesures. Le public, cependant, a tendance à remarquer des améliorations de qualité. Il constate que le site se concentre désormais davantage sur des événements importants plutôt que sur des faits divers.

Classement



Lecture : Lematin.ch obtient 52 points de qualité sur 100 en 2018 et maintient ainsi ses performances stables.

Comparaison de la qualité



Lecture : Les personnes interrogées estiment la qualité de lematin.ch généralement supérieure à celle constatée par l'analyse de contenu. Dans toutes les catégories, le titre atteint des valeurs plus élevées lors du sondage que dans l'analyse de contenu.

Émissions de radio et de télévision

Le 4 mars 2018, un vote a eu lieu sur l'initiative « No Billag » dont l'acceptation aurait non seulement signifié la fin de la Société suisse de radio et de télévision (SRG SSR), mais elle aurait également mis en péril les radiodiffusions privés qui dépendent des fonds de la redevance. En fin de compte, le résultat était clair : 71.6 % des citoyens ayant le droit de vote ont rejeté l'initiative, malgré – ou précisément à cause – un débat intense. Le vaste débat public sur les particularités

du système médiatique suisse et sur le contexte économique des médias a conduit les personnes interrogées à accorder une plus grande importance à la qualité de la plupart des programmes de la SSR. Dans le sondage actuel, chaque émission de radio et de télévision a obtenu de meilleurs résultats que c'était le cas dans la période de mesure deux ans plus tôt. Les émissions de la SRG SSR « Rendez-vous » et « Echo der Zeit » obtiennent les meilleures notes.



Qualité de la couverture médiatique et perception de la qualité au sein de la population

Pour l'analyse de contenu (l'axe X) et le sondage (l'axe Y), le graphique montre si un titre atteint des valeurs de qualité inférieures à la moyenne (-1), moyennes (0) ou supérieures à la moyenne (+1) en comparaison avec son groupe. Pour les émissions qui se situent sur la diagonale, les deux méthodes ont produit des résultats analogues. Pour les programmes en dehors de la diagonale, les résultats de l'analyse de contenu et du sondage diffèrent. Les points positionnés au-dessus de la diagonale démontrent que les émissions correspondantes ont vu s'attribuer une qualité supérieure dans le sondage. Si les émissions se situent en dessous de la diagonale, ils ont obtenu un résultat supérieur dans l'analyse de contenu.

Lecture : Echo der Zeit obtient des résultats supérieurs à la moyenne aussi bien dans le sondage que dans l'analyse de la qualité de la couverture médiatique.

Les titres de la SRG SSR constituent un cas à part

Treize émissions de radio et de télévision forment le groupe du même nom. Parmi eux se trouvent huit émissions de la SSR, dont les deux sites d'actualités srf.ch et rts.ch, ainsi que cinq émissions de prestataires privés régionaux. La qualité des émissions de la SSR peut majoritairement être qualifiée de bonne. Echo der Zeit se place – comme lors de la période de mesure précédente – en tête, ce qui confirme sa réputation d'émission phare de la radio suisse. Les personnes interrogées lui octroient une évaluation encore meilleure que l'analyse de contenu. Il est de même pour l'évaluation de SRF – Rendez-vous, qui occupe le deuxième rang. Les autres émissions de la SSR obtiennent des résultats très proches. En ce qui concerne la qualité, le public remarque seulement quelques

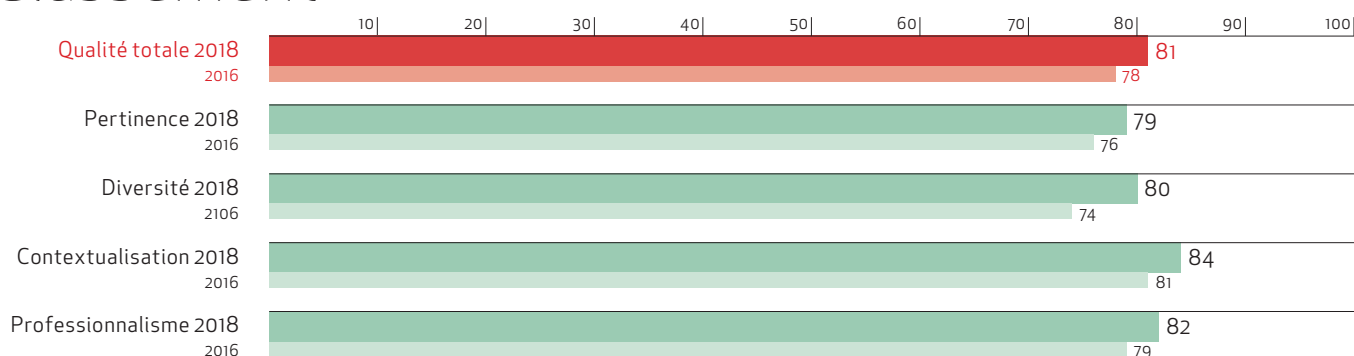
différences entre les émissions. Dans le cadre de l'analyse de contenu, cependant, les deux portails rts.ch et srf.ch affichent une qualité légèrement inférieure. Selon l'analyse des contenus, l'émission d'actualités 10vor10 atteint un niveau de qualité aussi élevé que Echo der Zeit et Rendez-vous. Pourtant, le sondage la classe à l'arrière des deux émissions de radio. En raison de ressources nettement moindres, les cinq prestataires de TV privés ne parviennent pas à rivaliser avec les programmes de la SSR. Selon les personnes interrogées, Le Journal de Léman Bleu a fait un véritable bond en avant : par rapport à la période de mesure précédente, le programme d'information de langue française a gagné onze points de qualité, même si l'analyse de contenu constate clairement une détérioration.

Société exploitante	SRF	Politique	67%	<div></div>
Contrôleur	SRG SSR	Economie	9%	<div></div>
Directeur	Rudolf Matter	Culture	9%	<div></div>
Responsable de la rédaction	Christian Dütschler	Sport	2%	<div></div>
Taux de 2017	515570	Société	12%	<div></div>
Profil	Eclairages sur les grands événements du jour en Suisse et à l'étranger.			

10vor10, de la qualité élevée

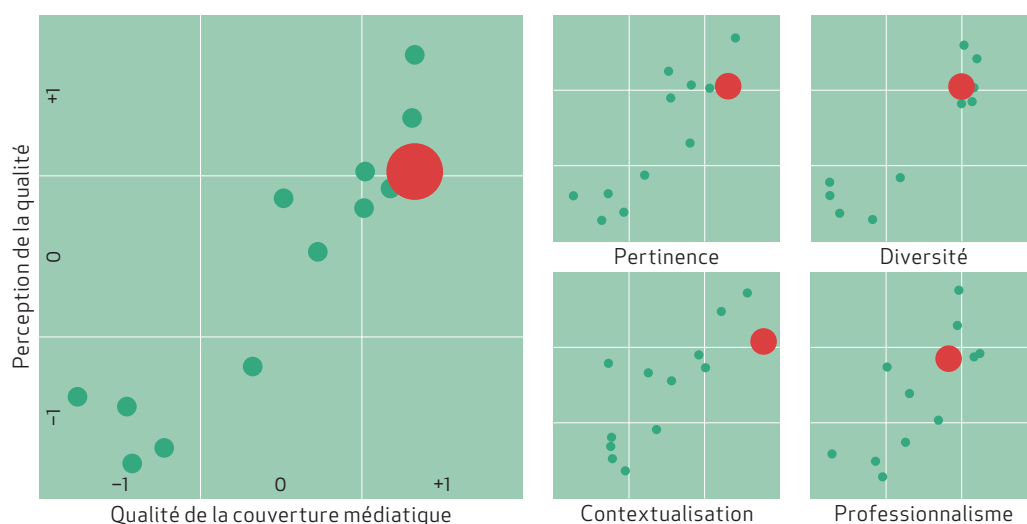
- L'émission d'information 10vor10 se place parmi les leaders non seulement dans le groupe de comparaison des émissions de radio et de télévision, mais aussi dans l'ensemble du classement.
- Alors que la Tagesschau se concentre essentiellement sur l'actualité du jour, 10vor10 propose des reportages plus approfondis, des sujets de fond et des interviews qui placent l'actualité dans un contexte plus large. Ces priorités différentes se reflètent également dans les conclusions de l'analyse de contenu : Dans toute la série des mesures, 10vor10 se classe deuxième meilleure du groupe dans la dimension de la qualité « contextualisation ». Le public évalue 10vor10 aussi de façon positive. Ainsi, l'émission d'actualités reçoit de très bonnes notes lors du sondage.
- Au cours des deux dernières années, la qualité de 10vor10 s'est même améliorée. La raison principale en est une plus grande diversité. Le titre couvre actuellement un large éventail thématique et géographique.

Classement



Lecture : L'émission d'actualités 10vor10 obtient 81 points de qualité sur 100. En ce qui concerne la dimension de la qualité « diversité », elle s'est considérablement améliorée par rapport à l'analyse de 2016.

Comparaison de la qualité



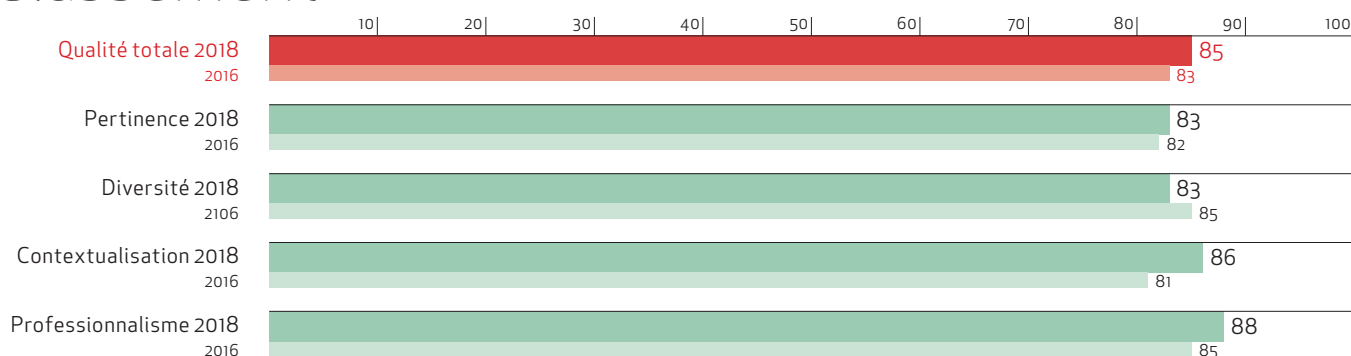
Lecture : Dans l'analyse des contenus, 10vor10 est au même niveau que les leaders Echo der Zeit et Rendez-vous, mais leur suit avec un léger recul dans le sondage.

Société exploitante	SRF	Politique	66%	<div></div>
Contrôleur	SRG SSR	Economie	15%	<div></div>
Directeur	Rudolf Matter	Culture	4%	<div></div>
Responsable de la rédaction	Beat Soltermann	Sport	7%	<div></div>
Taux de 2017	260160	Société	8%	<div></div>
Profil	L'émission du soir Echo der Zeit approfondit quotidiennement les principaux événements du jour, en Suisse et à l'étranger – avec intelligence et précision.			

Echo der Zeit : la star brille toujours

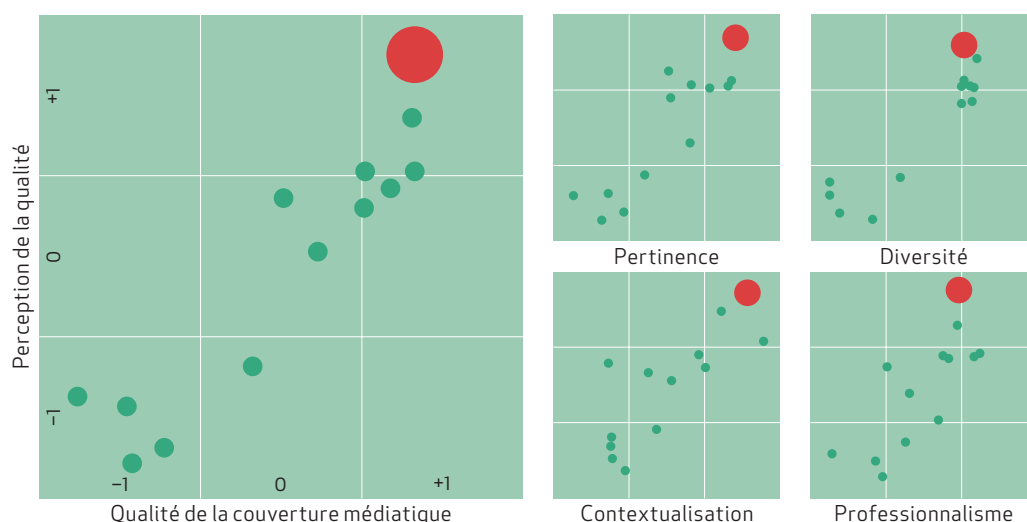
- Echo der Zeit est considéré comme le leader incontesté de la radio Suisse alémanique. Les résultats du sondage et de l'analyse de contenu supportent cette évaluation. Aucune autre émission n'est jugée qualitativement meilleure que Echo der Zeit – elle est en tête du classement dans toutes les quatre dimensions de qualité. Echo der Zeit obtient également d'excellents résultats dans l'analyse de contenu, tout sur un pied d'égalité avec les titres de la SSR – Rendez-vous et 10vor10.
- La star brille toujours : Echo der Zeit ne reçoit non seulement le « Qlé » d'or dans le groupe des émissions de radio et de télévision, le programme d'information obtient aussi le meilleur résultat parmi tous les 50 titres analysés.
- Au fil du temps, Echo der Zeit s'est même amélioré, ce qui est dû en particulier à de meilleurs résultats dans la dimension de la contextualisation.

Classement



Lecture : L'émission de radio Echo der Zeit obtient un résultat exceptionnel avec 85 points de qualité sur 100. Cela revient à deux points de plus comparé à il y a deux ans.

Comparaison de la qualité



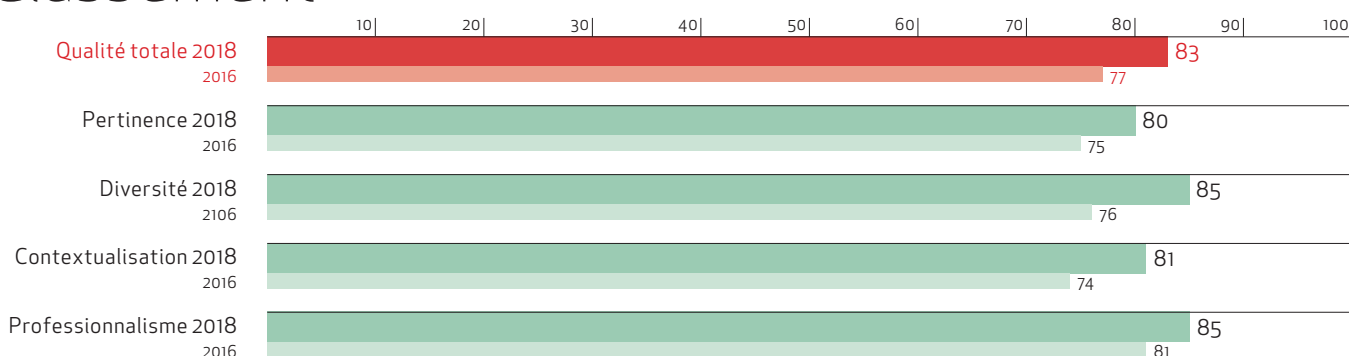
Lecture : Selon le public, Echo der Zeit est une véritable star dans toutes les dimensions de la qualité. Le programme d'information a également obtenu les meilleurs résultats en matière d'analyse des contenus.

Société exploitante	SRF	Politique	58%	<div></div>
Contrôleur	SRG SSR	Economie	18%	<div></div>
Directeur	Rudolf Matter	Culture	7%	<div></div>
Responsable de la rédaction	Ivana Pribakovic	Sport	3%	<div></div>
Taux de 2017	414 080	Société	14%	<div></div>
Profil	Chaque midi les principales informations et analyses sur les événements qui font l'actualité.			

Leader en termes de qualité et image excellente

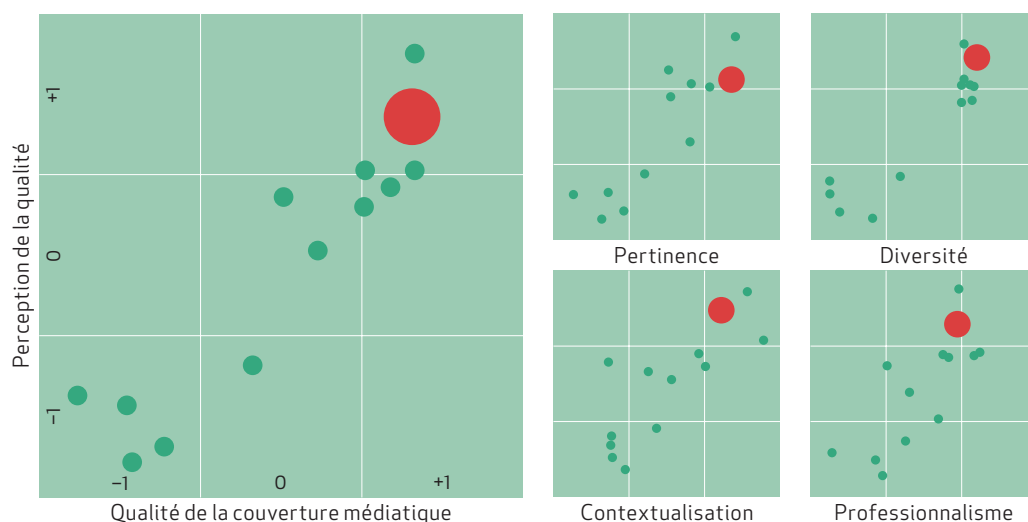
- L'émission Rendez-vous est diffusée par les stations SRF 1, SRF 2 – Kultur, SRF 4 – News et SRF – Musikwelle. Non seulement dans le groupe de comparaison, mais aussi dans le classement global, l'émission d'information se place sur une des premières places, juste derrière Echo de Zeit.
- Elle a pour ambition de ne pas livrer uniquement des faits, mais d'apporter également un éclairage sur leur signification. Au cours des deux dernières années, Rendez-vous s'est montré à la hauteur de ses ambitions : le programme d'information s'est amélioré de six points de qualité depuis la dernière période de mesure et gagne le Qlé d'Or.
- Cette amélioration est due, d'une part, à une augmentation de diversité dans sa couverture et, d'autre part, à une plus grande appréciation au sein du public. Alors qu'en 2016, le chapitre dédié à l'émission était intitulé « Excellence en termes de qualité mais pas d'image », les résultats du sondage montrent que le titre a pu améliorer sa réputation au sein du public et qu'il a ainsi rattrapé la tête du groupe.

Classement



Lecture : Avec 83 points de qualité sur 100, l'émission de radio Rendez-vous obtient un résultat excellent – une augmentation de 6 points de qualité en comparaison avec il y a deux ans. Cela s'explique principalement par un bond en avant en ce qui concerne le sondage au sein du public.

Comparaison de la qualité



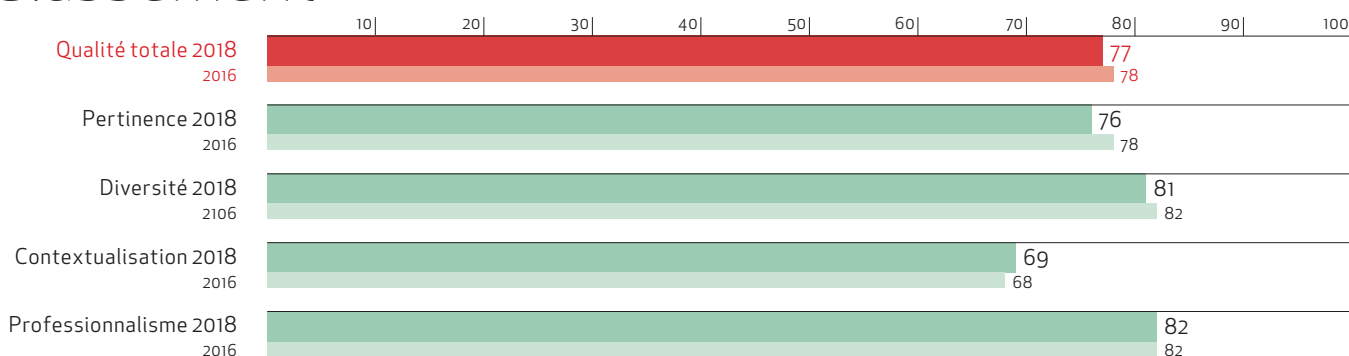
Lecture : Le sondage et l'analyse de contenu parviennent à la même conclusion : l'émission d'information obtient globalement des résultats excellents, ainsi aussi dans toutes les dimensions de la qualité.

Société exploitante	SRF	Politique	64%	
Contrôleur	SRG SSR	Economie	7%	
Directeur	Rudolf Matter	Culture	7%	
Responsable de la rédaction	Urs Leuthard	Sport	10%	
Taux de 2017	676 950	Société	12%	
Profil	Voir et comprendre l'actualité mondiale: vue d'ensemble des principaux événements du jour.			

La Tagesschau peut maintenir son haut niveau de qualité

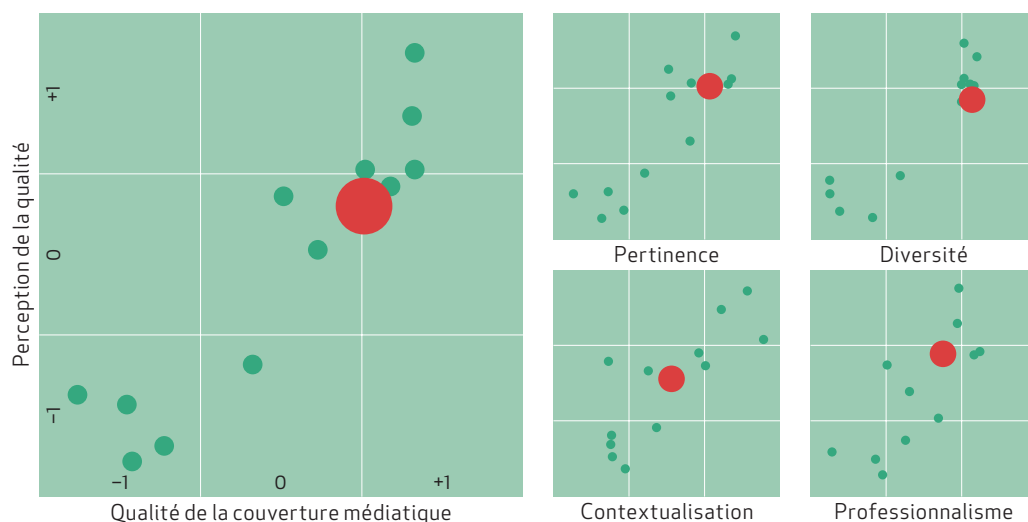
- En 2018, le programme d'information confirme sa réputation d'émission d'actualités incontournable en Suisse. Ses résultats qualitatifs se situent clairement au-dessus de la moyenne.
- Bien que la Tagesschau ne puisse pas faire jeu égal avec d'autres formats de la SRG SSR (Echo der Zeit, Rendez-vous, 10vor10) en termes de contextualisation, elle se démarque par son reportage socialement pertinent des événements importants de la journée.
- Dans le temps, les résultats qualitatifs de la Tagesschau se sont avérés stables. Il n'y a pas de changements significatifs par rapport à la dernière période de mesure.

Classement



Lecture : La Tagesschau obtient 77 points de qualité sur 100, soit presque le même résultat que lors de la période de mesure précédente.

Comparaison de la qualité



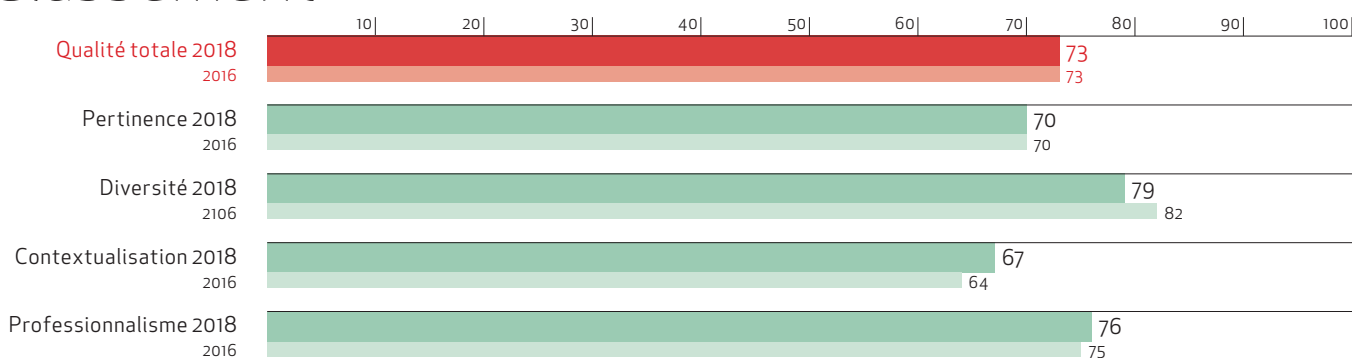
Lecture : Particulièrement en ce qui concerne la dimension de la qualité « pertinence », la Tagesschau se distingue avec ses résultats par rapport aux autres titres de radio et de télévision.

Société exploitante	SRF	Politique	50%	<div></div>
Contrôleur	SRG SSR	Economie	16%	<div></div>
Directeur	Rudolf Matter	Culture	8%	<div></div>
Responsable de la rédaction	Beat Witschi	Sport	1%	<div></div>
Taux de 2017	515000	Société	24%	<div></div>
Profil	srf.ch/news propose des actualités dans les domaines de la politique, de l'économie, de la culture, du sport, de la société et de la science – avec un regard sur la Suisse et sur le monde.			

Diversité d'informations mais manque de contextualisation

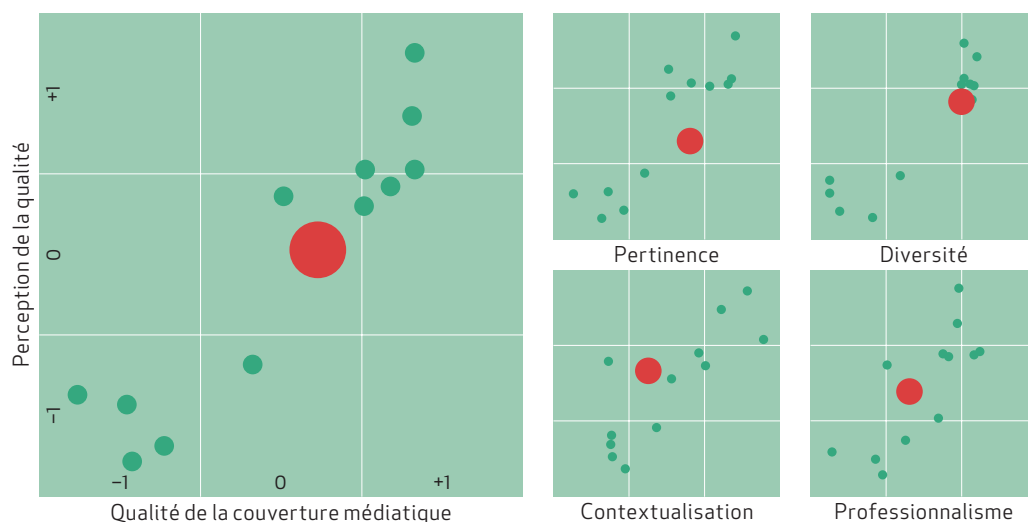
- Les résultats du site d'actualités srf.ch sont inférieurs à ceux des émissions radio et TV de la SRG SSR. Néanmoins, selon le sondage et l'analyse de contenu, une bonne qualité peut être attestée au site d'actualité de la SRG SSR dans toutes les quatre dimensions mesurées.
- Alors que le public apprécie particulièrement la diversité thématique, l'analyse de contenu révèle, comme lors de la dernière période de mesure, certaines faiblesses en matière de contextualisation.
- Les raisons sont les mêmes qu'il y a deux ans. Le site d'actualités fait ample recours à des dépêches d'agences. En outre, la réglementation en vigueur, qui fixe une longueur maximale aux contenus non directement liés à une émission, a un impact négatif sur la performance de contextualisation.

Classement



Lecture : Avec 73 points de qualité sur 100, le site d'actualités de la SRF, srf.ch, maintient son bon résultat.

Comparaison de la qualité



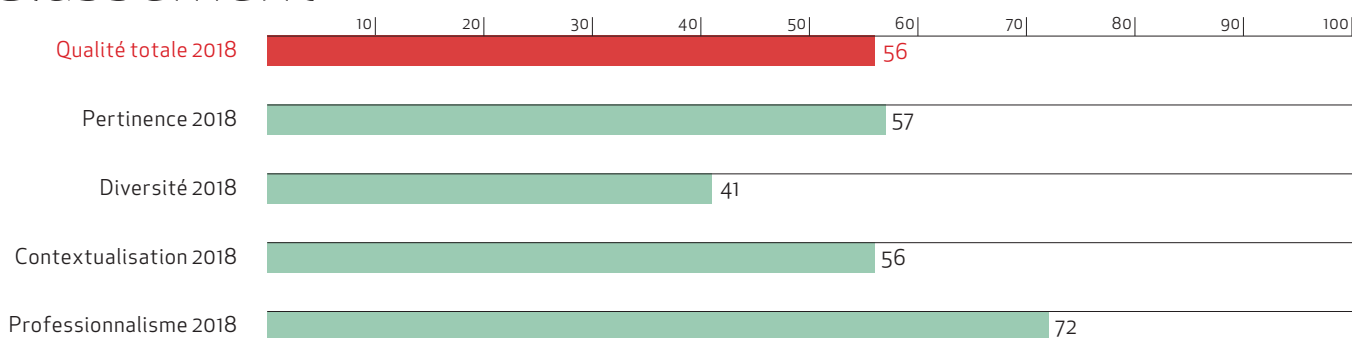
Lecture : Le sondage et l'analyse de contenu parviennent à la même conclusion : le site obtient globalement des résultats excellents, ainsi aussi dans toutes les dimensions de qualité.

Société exploitante	LZ Medien Holding AG	Politique	28%	<div></div>
Contrôleur	NZZ Mediengruppe	Economie	10%	<div></div>
Directeur	Joachim Freiberg	Culture	3%	<div></div>
Responsable de la rédaction	Yanik Probst	Sport	12%	<div></div>
Taux de 2017	15340	Société	48%	<div></div>
Profil	Le téléjournal de la Suisse centrale ! Des actualités locales dont la région s'intéresse font les gros titres du phare des émissions de Tele 1.			

Informations régionales de bonne qualité

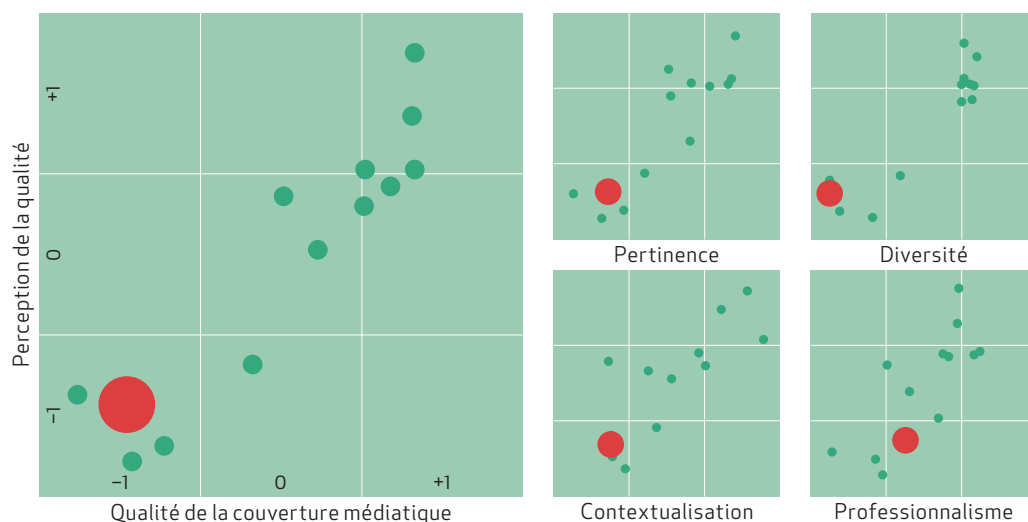
- Tele 1 – Nachrichten a été incluse dans l'analyse cette année. L'émission d'actualités se positionne parmi les dernières places. L'écart de qualité par rapport aux émissions de la SSR, considérablement dotée de plus de ressources, est évident. Cependant, l'émission d'actualités se défend bien en comparaison directe avec les autres chaînes de télévision régionales.
- Le public atteste à l'émission de la Suisse centrale une bonne qualité dans toutes ses dimensions.
- L'analyse de contenu montre une image plus ambivalente : D'une part, l'émission obtient de faibles résultats en termes de diversité, d'autre part, elle montre un haut niveau de professionnalisme, ce qui se reflète dans ses apports propres signalés de manière transparente. En termes de professionnalisme, Tele 1 – Nachrichten obtient un résultat meilleur que TeleZüri, Tele M1 et TeleBärn.

Classement



Lecture : Tele 1 – Nachrichten obtient 56 points de qualité sur 100. L'émission d'actualités a été incluse dans l'analyse cette année.

Comparaison de la qualité



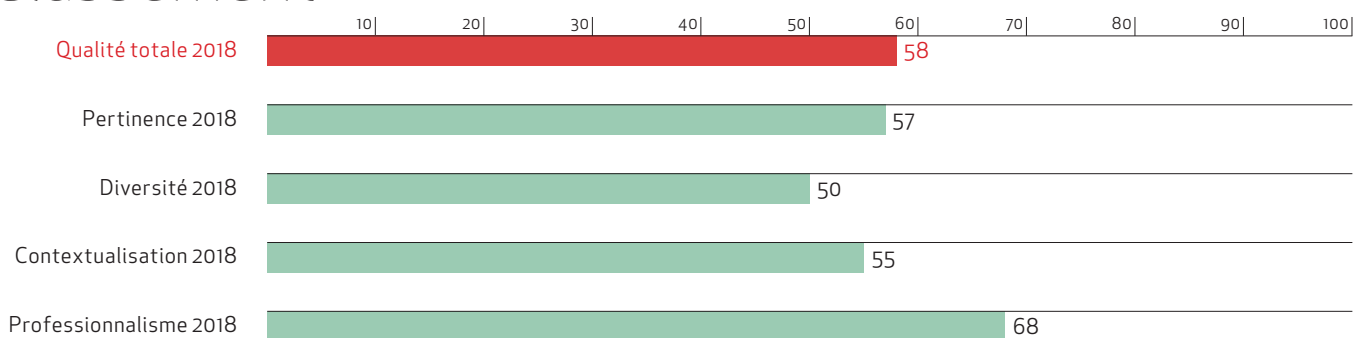
Lecture : Le Tele 1 – Nachrichten se positionne parmi les dernières places, mais l'émission d'actualités se défend bien en comparaison avec les autres émissions privées.

Société exploitante	AZ Medien AG	Politique	33%	<div></div>
Contrôleur	AZ Medien AG	Economie	14%	<div></div>
Directeur	Peter Wanner	Culture	6%	<div></div>
Responsable de la rédaction	Adrian Grob	Sport	10%	<div></div>
Taux de 2017	22030	Société	37%	<div></div>
Profil	« News » – le phare journalistique de TeleBärn. Chaque jour les actualités de la région et les informations sur la politique, l'économie, le sport, la culture et la société. Notre rédaction informe rapidement et en toute proximité.			

Les meilleures informations régionales privées de Suisse alémanique

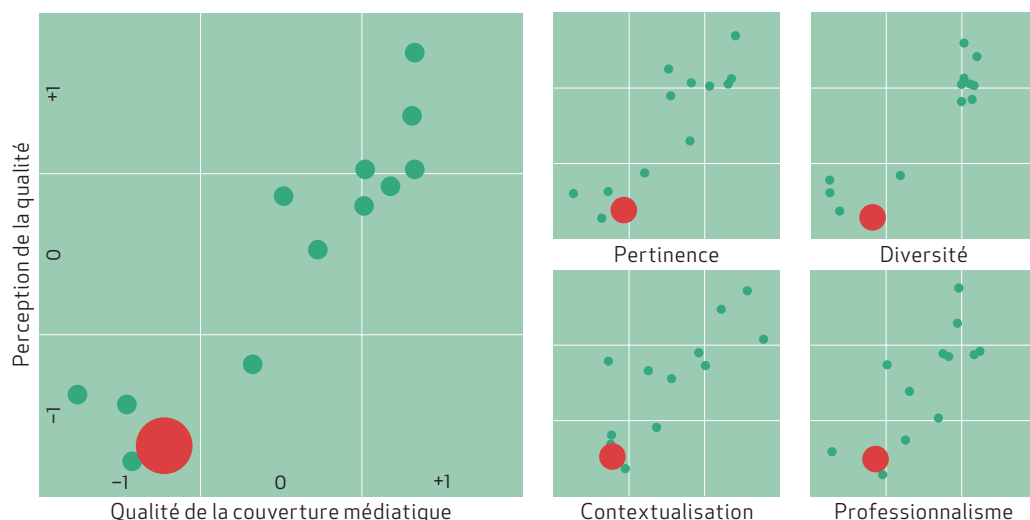
- TeleBärn – News a été incluse pour la première fois dans l'analyse et a immédiatement obtenu les meilleurs résultats parmi les émissions d'informations régionales de Suisse alémanique. Toutefois, TeleBärn ne peut pas suivre le rythme des émissions de la SSR, beaucoup plus riches en ressources, qui constituent une ligue à part.
- Les personnes interrogées confirment ce résultat avec un jugement généralement positif des informations régionales de TeleBärn, bien que les émissions d'information sur Tele 1 et Tele M1 soient plus populaires au sein du public.
- Néanmoins, TeleBärn – News marque des points dans l'analyse de contenu : l'émission montre de fortes performances dans les dimensions « pertinence » et « diversité ».

Classement



Lecture : Les informations de TeleBärn obtiennent 58 points de qualité sur 100. L'émission d'actualités a été incluse dans l'analyse cette année.

Comparaison de la qualité



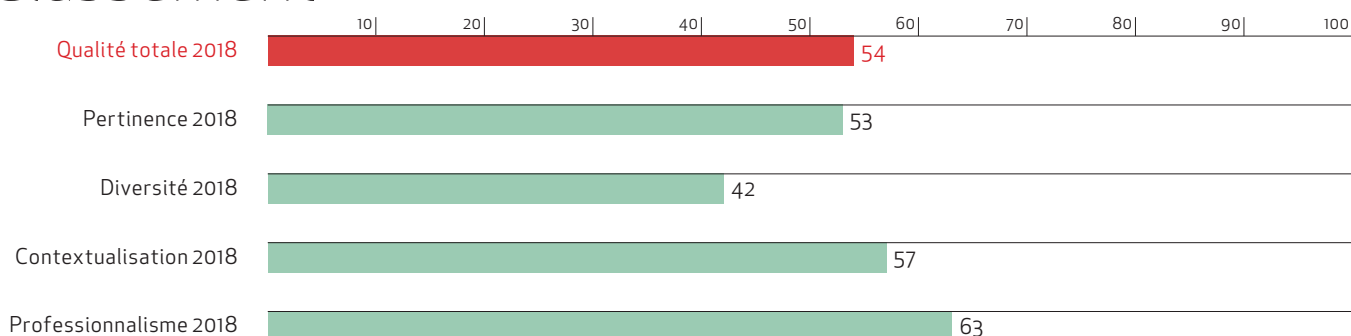
Lecture : L'émission de TeleBärn obtient un rang juste devant les autres émissions d'actualités régionales de Suisse alémanique. Cependant, l'émission ne peut pas suivre le rythme de l'émission d'actualités « Le Journal » de Léman Bleu, ou bien des émissions de la SSR.

Société exploitante	AZ Regionalfernsehen AG	Politique	32%	<div></div>
Contrôleur	AZ Medien AG	Economie	8%	<div></div>
Directeur	Peter Wanner	Culture	3%	<div></div>
Responsable de la rédaction	Stephan Gassner	Sport	4%	<div></div>
Taux de 2017	30990	Société	54%	<div></div>
Profil	Les événements qui font bouger le Plateau suisse – chaque jour à 18.00 heures.			

Nouvelles professionnelles qui pourraient être plus diversifiées

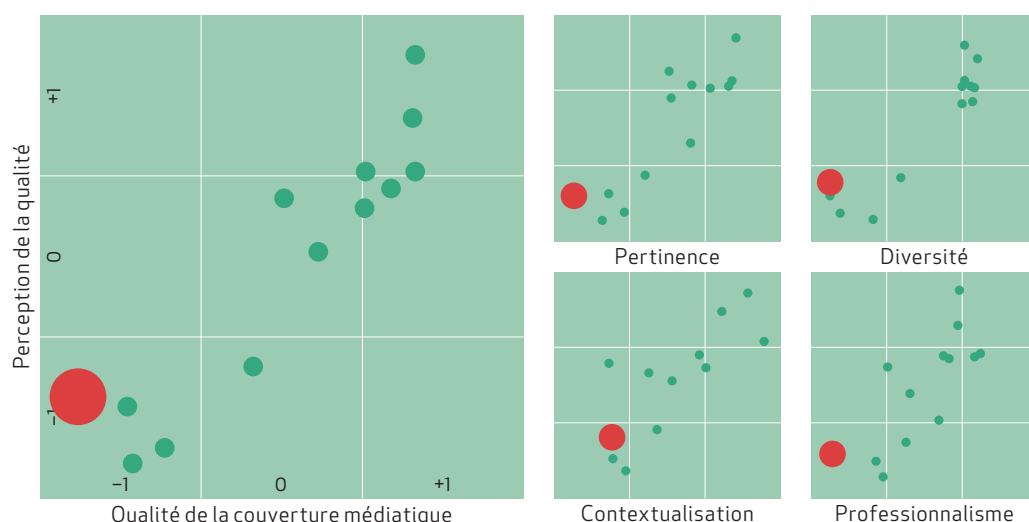
- Pour la première fois, l'émission d'actualités Aktuell sur Tele M1 fait partie de l'analyse. Dans son groupe de comparaison, le programme d'information du Plateau suisse se positionne au dernier rang, cependant il doit concurrencer des émissions de la SSR qui bénéficient de ressources bien plus importantes.
- Toutefois, l'écart de qualité est petit par rapport aux autres chaînes de télévision privées. Le public atteste Aktuell une qualité correcte dans toutes les dimensions de la qualité.
- L'analyse de contenu révèle des déficits en termes de diversité des sujets et des opinions, mais elle atteste également un niveau relativement élevé de professionnalisme. Cela se reflète dans les apports propres qui sont en plus signalés de façon transparente.

Classement



Lecture : Cette année, Tele M1 obtient 54 points de qualité sur 100. L'émission d'actualités a été incluse dans l'analyse cette année.

Comparaison de la qualité



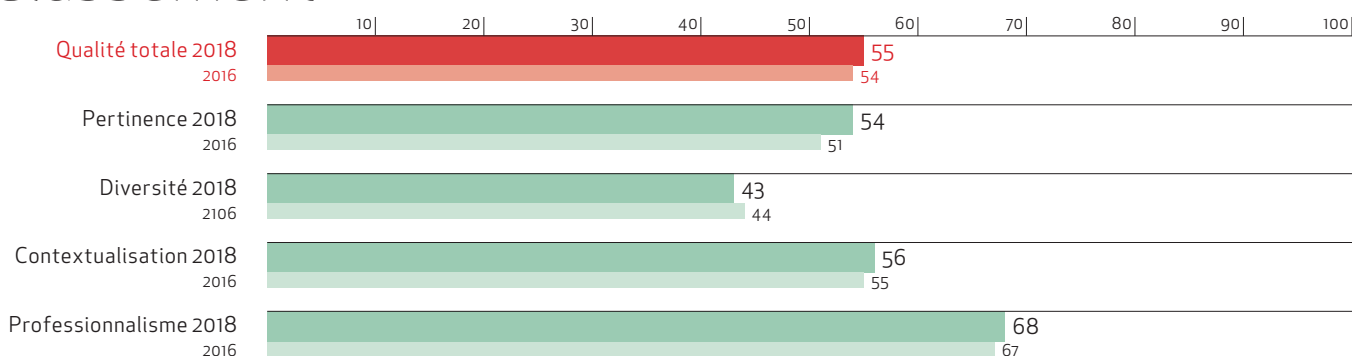
Lecture : Bien que l'émission d'actualités Aktuell sur Tele M1 se trouve en dernière place, elle n'a qu'un petit retard sur les autres émissions privées.

Société exploitante	TeleZüri	Politique	36%	<div></div>
Contrôleur	AZ Medien AG	Economie	9%	<div></div>
Directeur	Peter Wanner	Culture	2%	<div></div>
Responsable de la rédaction	Claude Winet	Sport	9%	<div></div>
Taux de 2017	61 680	Société	45%	<div></div>
Profil	Savoir ce qui se passe près de chez soi, ce qui touche la région et ce qui fait les gros titres en Suisse et à l'étranger. Sujets d'intérêt dans les domaines de la politique, de l'économie, du sport, de la culture et de la société, et éclairages de fond.			

Qualité acceptable au dépit de ressources limitées

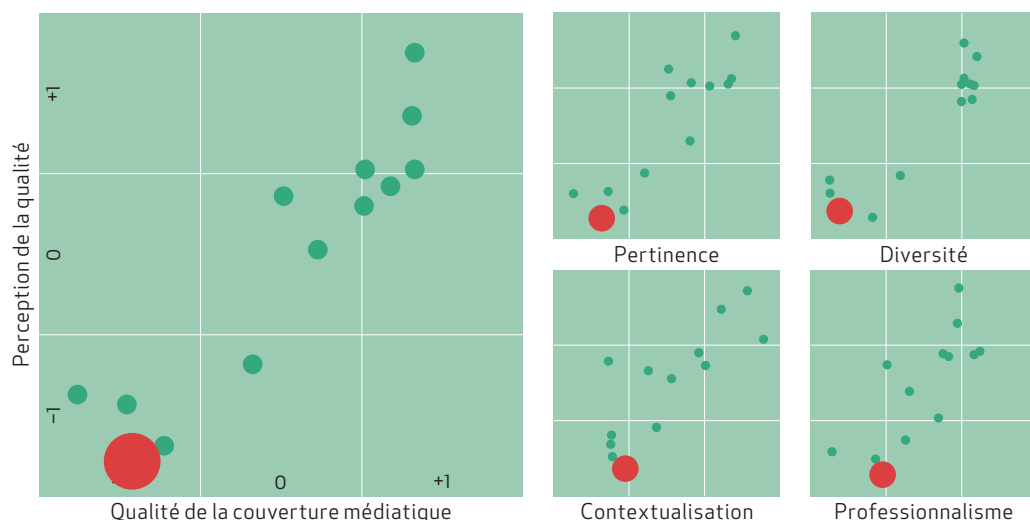
- ZüriNews obtient certes des résultats plutôt médiocres au sein de son groupe de comparaison. Elle doit cependant concurrencer des émissions de la SSR qui bénéficient de ressources bien plus importantes.
- Bien que ZüriNews ne soit pas « le numéro 1 », comme indiqué dans son profil, le public apprécie clairement la qualité de l'émission d'information. L'analyse des résultats du sondage montre un résultat positif dans tous les domaines, similaire à TeleBärn. Au niveau de l'analyse de contenu, il se montre que ZüriNews peut marquer des points dans la dimension de la qualité de la contextualisation en comparaison avec d'autres émissions privées. Pourtant, elle a encore du potentiel d'amélioration en ce qui concerne la diversité.
- Au fil du temps, la qualité de ZüriNews s'avère stable. L'émission a même pu progresser en ce qui concerne la « pertinence » et, par conséquent, elle a pu améliorer son résultat global d'un point par rapport à la dernière période de mesure.

Classement



Lecture : Avec 55 points de qualité sur 100, soit un point de plus que lors de la période de mesure précédente, la chaîne régionale TeleZüri se place au bas du classement.

Comparaison de la qualité



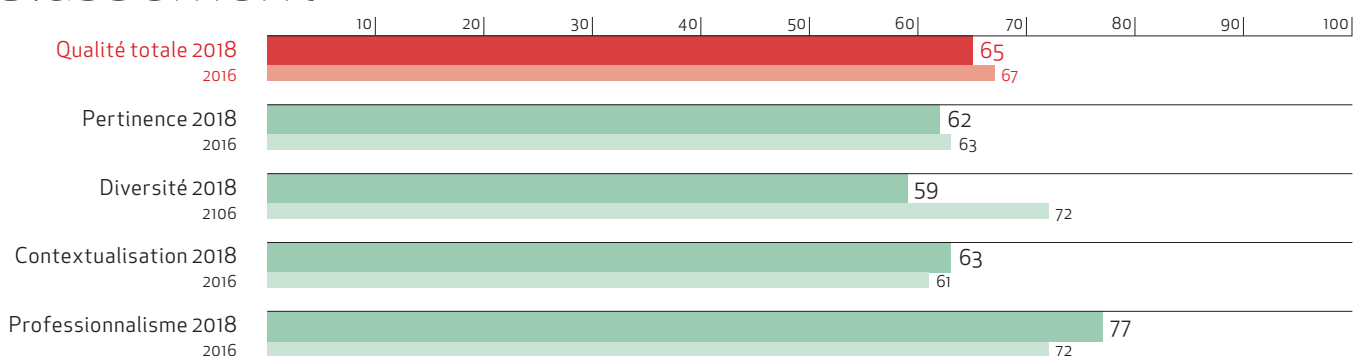
Lecture : Le sondage et l'analyse de contenu parviennent à la même conclusion : ZüriNews obtient des résultats inférieurs à la moyenne globalement et dans toutes les dimensions de la qualité.

Société exploitante	TV Léman Bleu SA	Politique	26%	<div></div>
Contrôleur	TV Léman Bleu SA	Economie	16%	<div></div>
Directeur	Laurent Keller	Culture	17%	<div></div>
Responsable de la rédaction	Laurent Keller	Sport	19%	<div></div>
Taux de 2017	2440	Société	22%	<div></div>
Profil	Léman Bleu est une chaîne régionale de télévision suisse, basée à Genève. Deux heures de programme par jour diffusées en continu.			

Léman Bleu : Le public commence à apprécier sa qualité

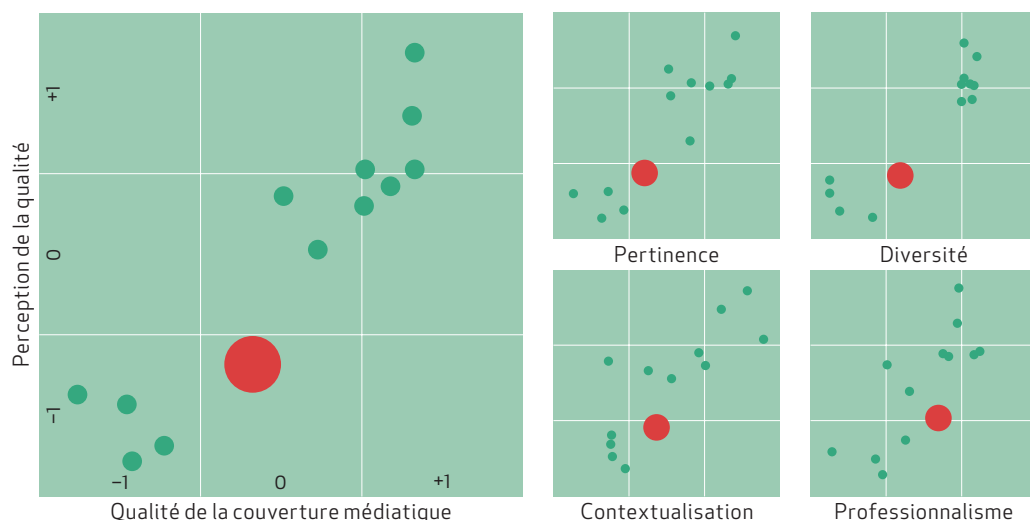
- En termes de contenu, Le Journal de Léman Bleu se positionne légèrement en dessous de la moyenne de son groupe de comparaison. Cependant, il est à noter que la chaîne régionale dispose de moins de ressources que les programmes de la SSR. La qualité de l'émission sur Léman Bleu est nettement meilleure que celle des autres diffuseurs privés.
- Néanmoins, la qualité des contenus diminue au fil du temps puisque le choix des sujets a changé de façon marquée. Il y a deux ans, 42% des contributions reflétaient des événements politiques, aujourd'hui, ceci est le cas que pour 26%. En revanche, la part des contenus traitant le sport et les thèmes de société a augmenté de manière significative.
- L'accent mis sur la vie quotidienne est bien accueilli par le public : le programme obtient 11 points de qualité de plus qu'il y a deux ans. Les tendances opposées de l'analyse de contenu et du sondage s'équilibrent presque complètement dans le score global.

Classement



Lecture : L'émission d'actualités le Journal sur Léman Bleu obtient 65 points de qualité sur 100. Cela revient à une perte de 2 points par rapport à la période de mesure précédente.

Comparaison de la qualité



Lecture : Bien que la qualité de Léman Bleu soit inférieure aux émissions de la SSR, elle est bien meilleure que celle des chaînes d'information régionales des autres prestataires privés.

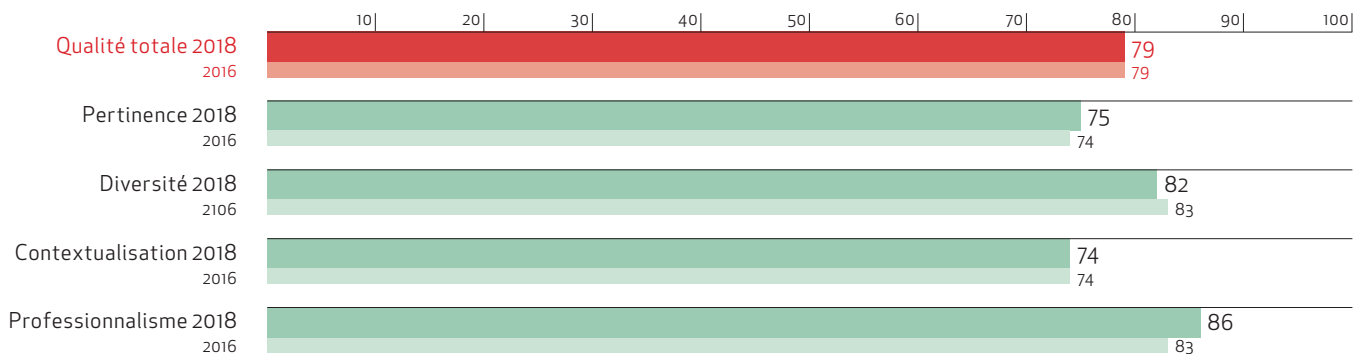
RTS – Le 12h30

Société exploitante	RTS	Politique	56%	<div></div>
Contrôleur	SRG SSR	Economie	10%	<div></div>
Directeur	Gilles Marchand	Culture	19%	<div></div>
Responsable de la rédaction	Bernard Rappaz	Sport	9%	<div></div>
Taux de 2017	107220	Société	6%	<div></div>
Profil	Le 12h30, c'est le grand rendez-vous d'information de la mi-journée. L'actualité dominante y est traitée en privilégiant la forme du reportage et du témoignage pour illustrer les sujets forts du moment. Le 12h30 développe aussi les sujets de société et l'actualité culturelle: expositions, littérature, concerts, nouvelles technologies, mode, sexualité, santé ou cinéma.			

Le 12h30 performant gagne la faveur du public

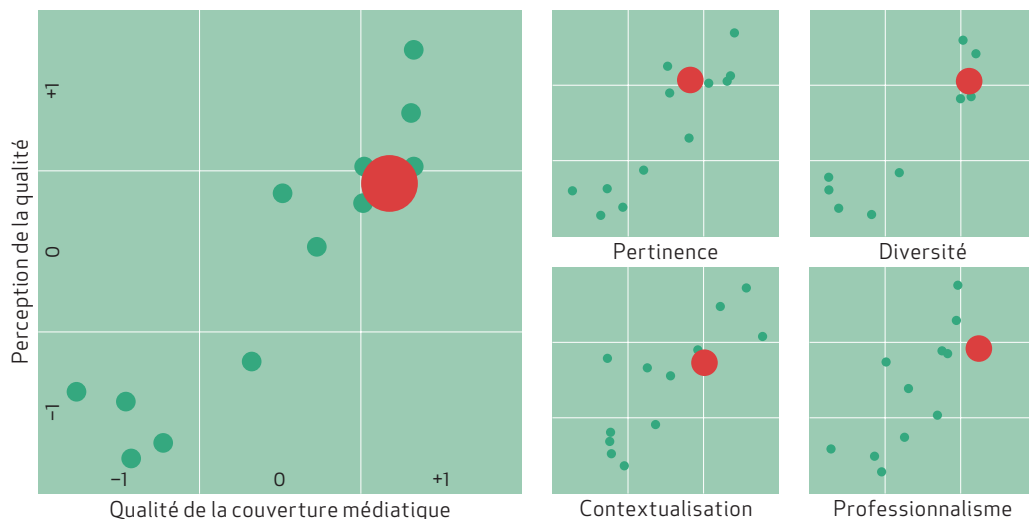
- L'émission de radio de langue française Le 12h30 se range parmi les premières places dans le groupe des programmes de radio et de télévision.
- Selon l'analyse de contenu, Le 12h30 excelle avec le meilleur résultat mesuré dans la dimension professionnalisme parmi tous les 50 titres examinés. Le public perçoit l'émission de radio de façon positive, en particulier en ce qui concerne les dimensions de la qualité « pertinence » et « diversité ».
- Au fil du temps, les résultats de l'analyse de contenu et du sondage prennent des directions opposées : Alors que l'émission augmente sa qualité d'un point selon le sondage, l'analyse de contenu montre une diminution de qualité de quatre points.

Classement



Lecture : Avec 79 points de qualité sur 100, l'émission d'actualités de la RTS atteint un résultat excellent. Elle atteint même niveau de qualité que dans la période de mesure précédente.

Comparaison de la qualité



Lecture : L'émission d'actualités de la RTS atteint deux points de qualité de plus que la Tagesschau de la SRF.

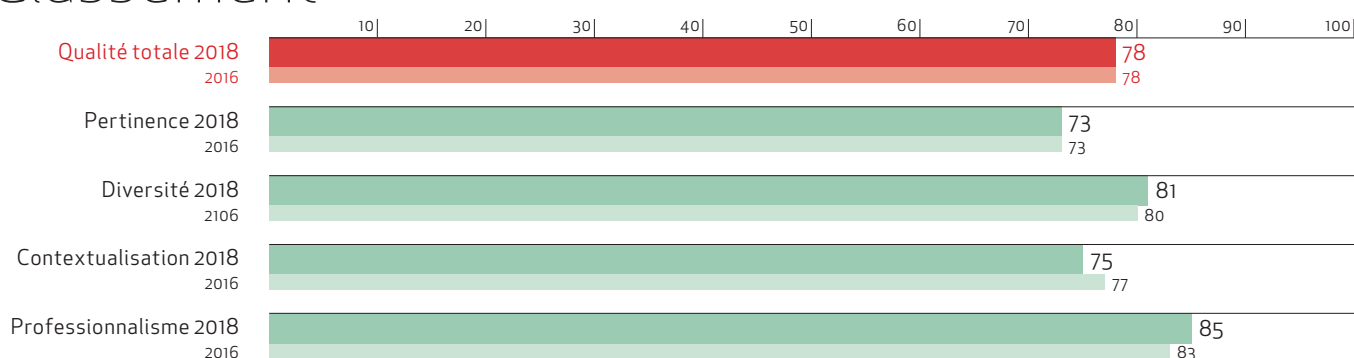
Société exploitante	RTS
Contrôleur	SRG SSR
Directeur	Gilles Marchand
Responsable de la rédaction	Bernard Rappaz
Taux de 2017	293310
Profil	Le journal.

Politique	51%	
Economie	11%	
Culture	12%	
Sport	8%	
Société	18%	

Le Journal de la RTS maintient son haut niveau de qualité

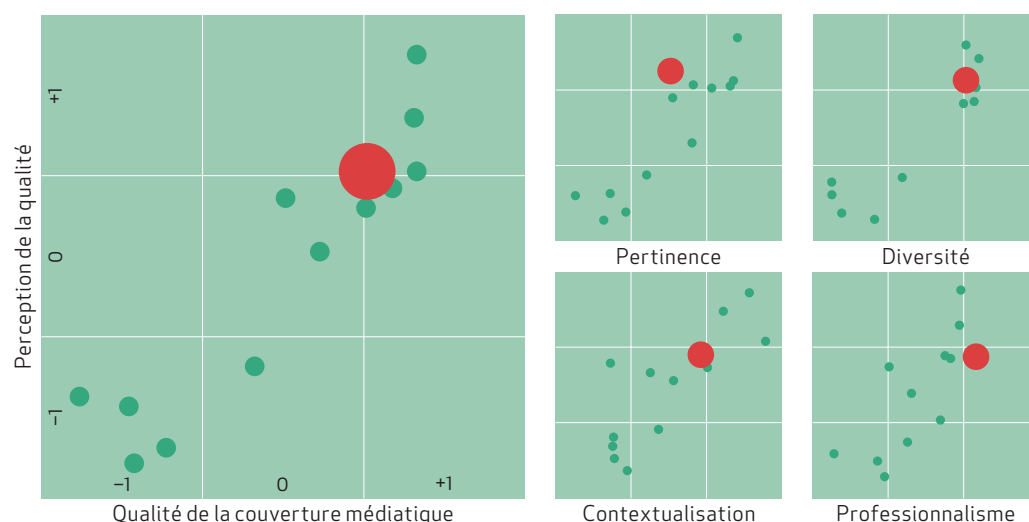
- L'émission d'actualités Le Journal se classe parmi les meilleures émissions de radio et de télévision. Le sondage révèle de bons résultats au niveau global pour l'émission d'une demi-heure de la RTS, elle peut même se placer juste devant son homologue germanophone, la Tagesschau de la SRF.
- Pour ce titre, la comparaison avec la période de mesure précédente est particulièrement révélatrice : Alors que Le Journal a pu améliorer ses résultats dans toutes les dimensions de la qualité dans le sondage, l'analyse de contenu montre des appauvrissements de la qualité et pour la dimension « contextualisation », même une chute a pu être détectée.
- Les améliorations lors du sondage et la détérioration dans l'analyse de contenu s'équilibrent, ce qui permet au Journal de maintenir son niveau de qualité sur le plan global.

Classement



Lecture : Avec 78 points de qualité sur 100, l'émission d'information de la RTS obtient un très bon résultat, le même que lors de la dernière période de mesure.

Comparaison de la qualité



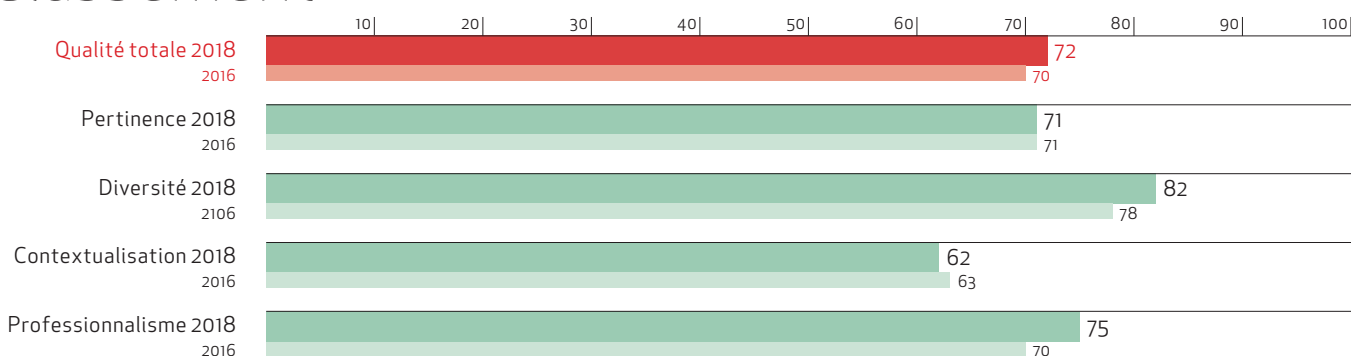
Lecture : L'émission d'actualités de la RTS obtient un point de qualité de plus que son homologue germanophone, le Tagesschau de la SRF, et se positionne dans le milieu supérieur du classement.

Société exploitante	RTS	Politique	51%	<div></div>
Contrôleur	SRG SSR	Economie	12%	<div></div>
Directeur	Rudolf Matter	Culture	11%	<div></div>
Responsable de la rédaction	Armelle Roulet	Sport	3%	<div></div>
Taux de 2017	124500	Société	22%	<div></div>
Profil	Le site Internet de la RTS et les applications mobiles permettent d'accéder en tout temps, et gratuitement, à l'ensemble des programmes radio et tv, en direct ou à la carte. Ces offres numériques prolongent l'univers des émissions et proposent des contenus exclusifs.			

De bonnes notes du public malgré une faible contextualisation

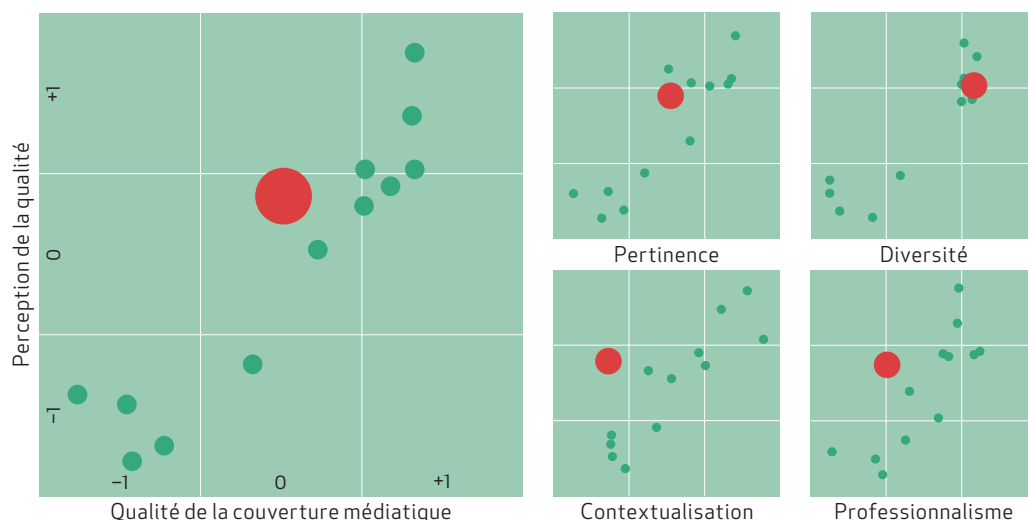
- Bien que la qualité du site d'actualités de langue française rts.ch n'atteint pas à celle des programmes de radio et de télévision de la SSR, il occupe une position dans le milieu supérieur du groupe de comparaison.
- L'analyse de contenu révèle – comme pour srf.ch de langue allemande – des résultats insuffisants en termes de contextualisation, notamment en raison du fait que le portail se sert beaucoup de dépêches d'agences. Cependant, les personnes interrogées apprécient l'actualité sur rts.ch : non seulement la pertinence et la diversité, mais aussi la contextualisation et le professionnalisme (objectivité des sujets et transparence de leur traitement) se voient attribuer une évaluation positive dans la moyenne.
- Bien que l'analyse de contenu ne montre aucun changement, le site d'actualités gagne deux points de qualité globale en raison de l'évaluation favorable du public.

Classement



Lecture : Le site d'actualités de la RTS atteint un bon résultat, avec 72 points de qualité sur 100. Il représente une augmentation de 2 points par rapport à la période de mesure précédente.

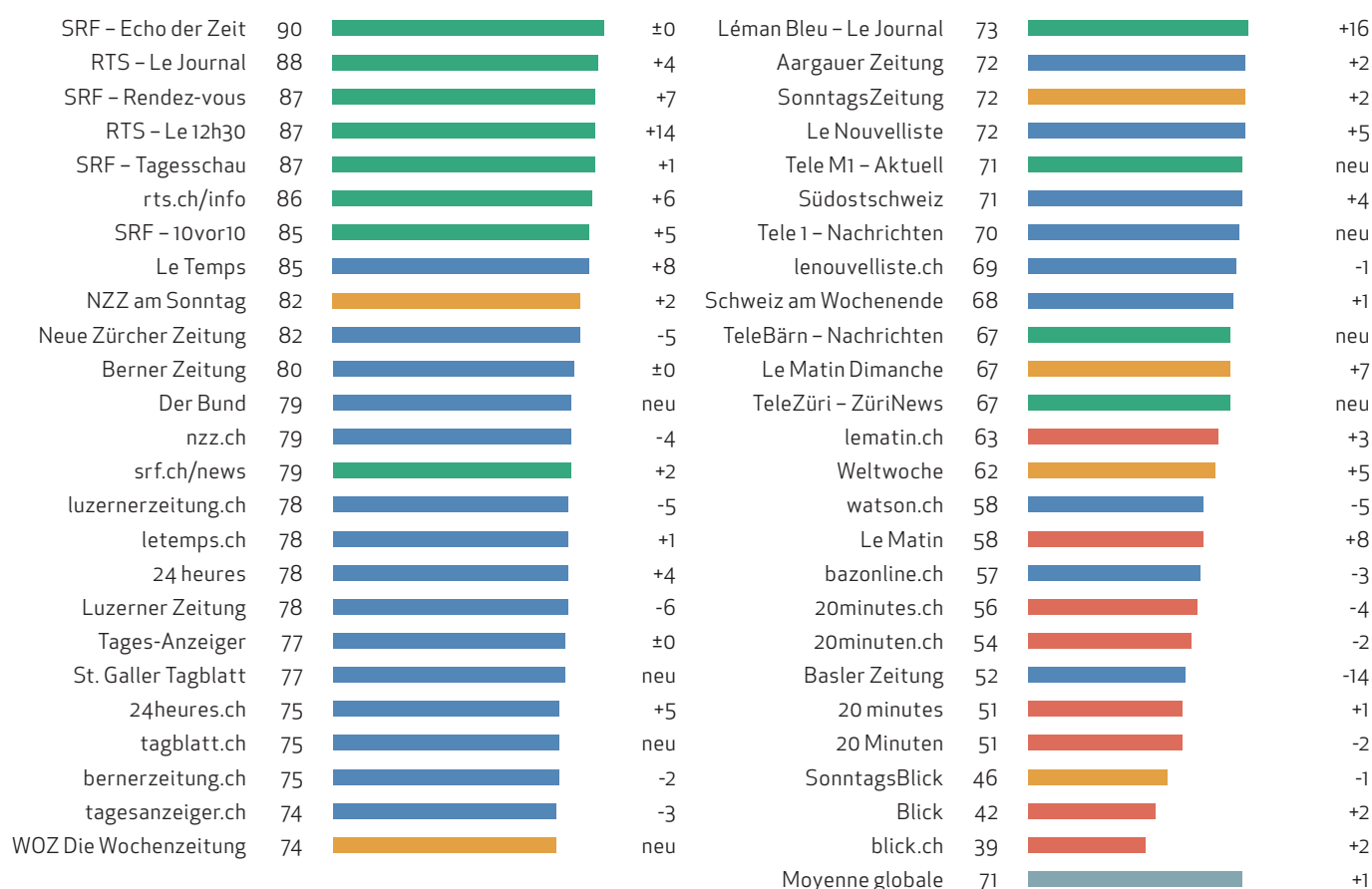
Comparaison de la qualité



Lecture : Les personnes interrogées ont estimé la qualité de rts.ch un peu meilleure que l'analyse de contenu ne le démontre. Par rapport aux autres titres de la SSR, l'analyse de contenu montre une faible performance en ce qui concerne la contextualisation.

Annexe

Annexe : évaluation – confiance dans les titres de publication



Quel est le niveau de confiance de la population envers différents titres de publication ?

Dans un premier temps, une question filtre permettait d'assurer que les personnes interrogées n'évaluaient seulement les titres qu'elles connaissaient réellement. La confiance de la population (2169 personnes pour 13321 évaluations) dans différents titres était mesurée au moyen de deux affirmations (« items »). Les personnes interrogées indiquaient dans quelle mesure elles étaient d'accord avec ces affirmations, la mesure dans laquelle elles « avaient confiance » dans un titre donné, et la mesure dans laquelle on pouvait « s'y fier ». L'échelle allait de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (entièrement d'accord). Pour la synthèse, la moyenne des deux affirmations a été calculée.

Les titres de la SRG SSR jouissent de la confiance du public

Le sondage en ligne représentatif pour la Suisse alémanique et la Suisse romande montre que les personnes interrogées font plus confiance aux titres de publication connues qu'elles ne se méfient d'eux. Pour 47 des 50 titres examinés, les valeurs de confiance se situent dans la plage positive, c'est-à-dire au-dessus de la valeur seuil de 50 points. Cette constatation coïncide avec les résultats du CQM-16. Cependant, il y a des changements remarquables en tête du classement : En comparaison avec les données de 2016, il se montre que les

● Quotidiens imprimés et en ligne

● Journaux du dimanche et magazines

● Tabloïds et journaux gratuits

● Emissions de radio et de télévision

Lecture : les personnes interrogées ont exprimé le niveau de confiance le plus élevé envers l'émission de radio de la SRF Echo der Zeit, et le plus faible envers blick.ch.

titres de la SSR ont gagné en confiance au cours des deux dernières années, Le 12h30 et Rendez-vous affichant une croissance particulièrement forte. Par conséquent, les six titres les plus dignes de confiance proviennent exclusivement de la SSR. Comme le sondage a été effectué entre le 2 février et le 1er mars 2018, un lien avec l'initiative « No Billag », qui a eu lieu le 4 mars 2018 et finalement a été rejetée par 71.6% des électeurs, paraît évident. Les résultats suggèrent que le débat intensif sur l'avenir (ou la fin) de la SRG SSR a finalement renforcé la confiance en elle. Le Temps, le journal de qualité de Suisse romande, a également réalisé des gains significatifs.

Annexe : Méthodologie

Fiche d'analyse

	Analyse de contenu	Sondages
Institut	fög – Institut de recherche sur la sphère publique et la société de l'Université de Zurich	DCM – Département des sciences de la communication et des médias de l'Université de Fribourg
Méthode	Analyse quantitative des contenus	Enquête en ligne effectuée à l'aide d'un formulaire standardisé auprès du public suisse et d'une sélection d'experts des médias (réalisée par GfK Switzerland)
Population	Toutes les contributions publiées en un an dans 50 médias d'information (voir échantillon médias)	Population résidant en Suisse alémanique et en Suisse romande, linguistiquement assimilée et bénéficiant d'un accès à Internet
Echantillon	20931 contributions de l'ensemble des éditions pour les titres examinés	2169 interviews (1126 hommes; 1043 femmes; 1571 Suisse alémanique, 598 Suisse romande) avec 13321 évaluations sur les 50 médias d'information Sondage en 2016 et 2018; 721 de 20169 personnes (33.2%)
Période de réalisation	Ensemble de l'année 2017	2 février jusqu'au 1er mars 2018

Annexe: échantillon médias et nombre de cas

Média d'information	Analyse de la couverture médiatique (N = 18365 contributions)	Sondage de la population 8710 évaluations (1613 personnes)
Quotidiens imprimés et en ligne	10108	3855
Aargauer Zeitung	525	208
Basler Zeitung	620	132
bazonline.ch	524	113
Berner Zeitung	479	118
bernerzeitung.ch	469	104
Der Bund	560	106
Luzerner Zeitung	523	224
luzernerzeitung.ch	305	174
Neue Zürcher Zeitung	618	328
nzz.ch	984	368
St. Galler Tagblatt	528	110
tagblatt.ch	269	95
Südostschweiz	364	90
Tages-Anzeiger	573	326
tagesanzeiger.ch	535	310
24 heures	459	217
24heures.ch	545	191
Le Nouvelliste	415	131
lenouvelliste.ch	157	95
Le Temps	354	230
letemps.ch	302	185
Journaux du dimanche et magazines	2750	1781
NZZ am Sonntag	651	320
Schweiz am Wochenende	435	182
SonntagsBlick	430	347
SonntagsZeitung	385	330
Weltwoche	229	254
WOZ Die Wochenzeitung	166	128
Le Matin Dimanche	454	220
Tabloïds et journaux gratuits	4352	2816
20 Minuten	455	416
20minuten.ch	548	410
Blick	403	347
blick.ch	556	347
watson.ch	381	245
20 minutes	485	227
20minutes.ch	482	388
Le Matin	425	221
lematin.ch	617	215
Emissions de radio et de télévision	3721	4869
SRF – 10vor10	170	870
SRF – Echo der Zeit	404	374
SRF – Rendez-vous	251	213
SFR – Tagesschau	339	422
srf.ch/news	237	789
Tele 1 – Nachrichten	279	245
TeleBärn – News	331	179
Tele M1 – Aktuell	399	245
TeleZüri – ZüriNews	363	379
Léman Bleu – Le Journal	121	119
RTS – Le 12h30	250	350
RTS – Le Journal	336	437
rts.ch/info	241	247

Annexe : méthodologie du sondage

Synthèse

Le module dédié à la perception de la qualité analyse la manière dont la population alémanique et romande évalue la qualité des médias en Suisse alémanique et en Suisse romande et le niveau de confiance envers ces derniers. Pour cette analyse, le sondage représentatif de la population alémanique et romande de 2016 (N = 1613) a été répété en 2018 (N = 2169). Afin d'analyser des changements au fil du temps, le sondage a été réalisé de la même manière et comprenant les mêmes questions. Les questionnaires étaient disponibles en allemand et en français. La conduite de ces deux sondages a été confiée de nouveau à l'institut de sondages GfK.

Sondage auprès de la population

Population et échantillon

L'échantillon est sélectionné au sein de la population âgée de 15 à 74 ans, résidant en Suisse alémanique et en Suisse romande, linguistiquement assimilée et bénéficiant d'un accès à Internet. La conduite du sondage en ligne a été confiée à l'institut de GfK, dont le siège se situe à Hergiswil. Selon GfK, 90% de la population suisse a accès à Internet. Le sondage en ligne a été réalisé par le pool internet de GfK, qui est à même de garantir la conduite d'études représentatives grâce à sa taille et à sa structure.

Le sondage a été réalisé entre le 2 février et le 1er mars 2018. Dans cette période, 2169 personnes ont pu être interrogées, dont 1571 en Suisse alémanique et 2598 en Suisse romande. La durée moyenne du questionnaire s'élevait à 12 minutes. 230 personnes ont interrompu le questionnaire avant son terme ; leurs réponses n'ont pas été incluses dans l'analyse. Afin d'obtenir un échantillon structurellement similaire à la population décrite, GfK Switzerland a quantifié pour la Suisse alémanique et pour la Suisse romande les caractéristiques suivantes lors de la conduite du sondage: sexe, âge, région REMP. Par exemple : grâce à des études de référence, GfK Switzerland sait qu'en Suisse alémanique, le pourcentage d'hommes âgés de 18 à 34 ans (caractéristiques : sexe et âge) s'élève à 18,3%. Afin d'atteindre le même pourcentage dans son échantillon, GfK Switzerland procède à une sélection des participants au sondage. Dès que la valeur cible est atteinte, la « cellule correspondante » est fermée. Cela signifie que les personnes du pool Internet qui correspondent à ces caractéristiques ne peuvent dès lors plus être incluses dans le sondage. Ainsi, l'échantillon représentatif correspond-il à la population.

Elaboration et programmation du questionnaire

Une question filtre a permis d'assurer que les personnes interrogées n'évaluent que les titres et émissions qu'elles connaissent réellement. Pour ce faire, une liste présentant les logos des différents titres/émissions a été soumise à chaque participant/participante, qui devait alors indiquer son degré de connaissance de chaque titre/émission. Les possibilités de réponses étaient réparties sur une échelle comprenant cinq choix de réponses, allant de « très faible » à « très élevé », avec une option supplémentaire « je ne connais pas ».

Dans un deuxième temps, les participants ont été soumis à des questions plus détaillées concernant les titres qu'ils connaissent bien ou très bien (soit un résultat de 4 ou 5 sur l'échelle employée). Afin d'obtenir suffisamment d'évaluations sur chacun des 50 titres retenus, des critères de sélection supplémentaires ont été appliqués pour les différents titres au niveau des régions linguistiques

et économiques des participants, ainsi que des taux de réponse obtenus jusqu'alors (« principe du niveau d'eau »). Chaque participant et chaque participante a été questionné sur plusieurs titres consécutivement, avec un maximum de sept titres par personne. Au total, 2169 personnes ont été interrogées, donnant lieu à 13 321 évaluations. À titre de comparaison : Dans le sondage de 2016, 1613 personnes ont été interrogées sur 43 titres, donnant lieu à 8 710 évaluations. Ce taux de participation élevé permet des interprétations concluantes de possibles changements au fil du temps.

Aucun facteur de pondération n'a été utilisé pour les calculs statistiques. Un facteur de pondération aurait permis de corriger les écarts propres à des groupes spécifiques de l'échantillon par rapport à la population statistique. En revanche, le nombre exact d'évaluations par titre s'en serait retrouvé faussé. L'efficacité de la pondération de l'échantillon affichant déjà une très bonne valeur (90%), il a été décidé de renoncer à utiliser un facteur de pondération pour ne pas compliquer inutilement la présentation des résultats.

Elaboration et mise en œuvre

Le questionnaire a été élaboré en allemand lors du premier sondage en 2016. La notion de qualité des médias constituait le cœur de l'étude. De plus, dans le cadre du sondage en ligne, les attentes en matière de qualité des médias ainsi que la confiance dans les différents titres ont été évaluées.

La perception de la qualité est obtenue à partir des valeurs moyennes des dimensions « pertinence », « diversité », « contextualisation » et « professionnalisme », afin d'assurer la comparabilité des résultats des deux méthodes d'analyse (analyse de contenu et sondage). Aucune échelle standardisée permettant de mesurer ces quatre dimensions n'était disponible au début de cette étude. Par conséquent, certaines variables (questions, respectivement affirmations à évaluer), ont dû être créées pour le sondage en 2016. Ce développement a été réalisé en comparaison constante avec la littérature scientifique sur les critères de qualité d'émissions d'information et de médias imprimés, ainsi qu'en étroite collaboration avec les différentes dimensions évaluées dans l'analyse de contenu du module qualité de la couverture médiatique (fög/Université de Zurich) et avec les expertes et experts de GfK Switzerland. Le questionnaire ainsi développé a ensuite été affiné, testé et finalisé à travers des entretiens d'entretiens qualitatifs avec des experts. Une traduction professionnelle a ensuite été réalisée par GfK Switzerland, puis affinée par l'Université de Fribourg en plusieurs étapes de rétrotraduction afin de garantir l'équivalence linguistique de la signification des affirmations à évaluer (variables).

Les variables suivantes ont été incluses dans l'analyse principale visant à mesurer les dimensions qualitatives définies et la confiance. Le coefficient alpha de Cronbach constitue une mesure statistique

qui permet de déterminer la fiabilité (cohérence interne) de la mesure. Les valeurs > 0,9 sont excellentes et sont nettement supérieures à la valeur seuil de 0,7 recommandée dans la littérature.

	Allemand	Français
Pertinence Cronbach's $\alpha = 0.9$	stellt gesellschaftlich bedeutende Themen ins Zentrum der Berichterstattung.	met au centre de ses reportages des thèmes importants de la société.
	berichtet über die relevanten Vorgänge und Zusammenhänge in der Gesellschaft statt über einzelne Personen.	informe sur les événements en lien avec la société plutôt que sur les individus.
	konzentriert sich auf wichtige Ereignisse, statt zu viel Buntes und Vermischtes zu bringen.	se concentre sur les événements importants, au lieu de se disperser sur les actualités «people» et les variétés.
Diversité Cronbach's $\alpha = 0.9$	gibt einen vollständigen Überblick über alle wichtigen Ereignisse.	fournit un aperçu complet de tous les événements importants.
	hat eine Berichterstattung, die aus mehreren Blickwinkeln erfolgt.	réalise des reportages composés de plusieurs points de vue.
	berichtet über viele unterschiedliche Themen.	aborde de nombreux sujets variés.
	gibt vielfältige Positionen und Meinungen wieder.	présente des avis et des points de vue très variés.
Contextualisation Cronbach's $\alpha = 0.9$	greift gesellschaftlich relevante Themen frühzeitig auf.	s'empare très tôt des sujets importants de la société.
	informiert ausführlich über Hintergründe.	informe en profondeur.
	ordnet Ereignisse in grössere Zusammenhänge ein.	replaces les événements dans un contexte plus large.
	bringt gehaltvolle Hintergrundberichte zu aktuellen Themen.	présente des articles approfondis sur des sujets actuels.
Professionalisme Cronbach's $\alpha = 0.9$	steht für eine unabhängige Berichterstattung.	représente une source d'information indépendante.
	trennt klar zwischen Nachrichten und Meinungen.	établit une distinction claire entre les actualités et les opinions.
	setzt in der Berichterstattung auf Argumente statt Emotionen.	s'appuie sur des arguments plutôt que sur des émotions dans ses reportages.
	macht die Informationsquellen für die Nachrichten transparent.	présente ses sources d'information de façon transparente.
Confiance Cronbach's $\alpha = 0.9$	ist eine (Zeitung/Onlinesite/Sendung), der ich vertraue.	est (un journal auquel/un site Internet auquel/une émission à laquelle) je fais confiance.
	ist eine (Zeitung/Onlinesite/Sendung), auf die man sich verlassen kann.	est (un journal auquel/un site Internet auquel/une émission à laquelle) on peut se fier.

Remarques : une échelle de Likert comprenant cinq choix de réponse a été utilisée (1 = Stimme überhaupt nicht zu/Pas du tout d'accord; 5 = Stimme voll und ganz zu/Tout à fait d'accord). Le nom du titre à évaluer était nommé explicitement (p. ex. : «Echo der Zeit fournit des éclairages approfondis»).

Les dimensions de la qualité ont été constitué comme indices additifs à la base des variables indicatrices. La gamme de valeurs a été transformée, afin de les visualiser sur une échelle de 0 à 100. Cette transformation mène à une extension de l'échelle originale, ainsi les valeurs agrégées des titres médiatiques se dispersent sur l'espace de l'échelle entière. La transformation et l'extension ont été effectuées selon la formule suivante :

valeur transformée = (valeur de l'échelle originale – 1.5)*100/3

Une valeur d'échelle moyenne de 3 dans l'échelle de Likert originale correspond ainsi à une valeur de 50 sur l'échelle transformée. Ce procédé facilite la comparaison des résultats du sondage et de l'analyse de contenu. En plus, il facilite une agrégation de façon équivalente avec les résultats de l'analyse de contenu.

Pour des études complémentaires, les participants étaient priés de nommer les propriétés qualitatives auxquelles ils accordent de l'importance dans la couverture médiatique des différents titres et émissions. Les variables correspondantes étaient associées aux quatre dimensions de la qualité : pertinence, diversité, contextualisation

et professionnalisme. La formulation des variables a été élaborée à partir des définitions des quatre dimensions, en collaboration étroite avec le module consacré à la qualité de la couverture médiatique.

	Allemand	Français
Attentes	Welche Eigenschaften sind Ihnen für die Berichterstattung von (...) wichtig?	Quelles caractéristiques relatives aux reportages de (...) sont importantes pour vous?
Pertinence	Gesellschaftliche Relevanz: über Themen berichten, die für alle wichtig sind.	Pertinence pour la société: aborder des sujets qui sont importants pour tous.
Diversité	Vielfalt und Breite an Themen, Meinungen und Berichten.	Diversité et variété des sujets, opinions et reportages.
Contextualisation	Einordnung von komplexen Themen und Vermittlung von Hintergrundinformationen.	Classification de sujets complexes et communication d'informations de fond.
Professionnalisme	Journalistische Professionalität: eigene Recherche, sachliche Berichterstattung, Trennung zwischen Nachricht und Meinung.	Professionnalisme journalistique: recherches personnelles, reportages objectifs, distinction entre les actualités et les opinions.

Remarques : une échelle de Likert comprenant cinq choix de réponse a été utilisée (1 = Sehr unwichtig / Pas du tout important; 5 = Sehr wichtig / Très important).

Annexe : méthodologie analyse de contenu

Synthèse

La mesure de la qualité est réalisée sur la base des différentes dimensions qui ont été définies, à savoir pertinence, contextualisation, professionnalisme et diversité. Ces dimensions sont dérivées des différentes fonctions attendues de la communication publique (fonction de mise en relation, fonction de surveillance, fonction d'intégration). Elles sont également déterminantes pour les lignes directrices et les codes de conduite de la pratique du journalisme.

La qualité de la couverture médiatique a été mesurée au moyen d'une analyse de contenu des titres sélectionnés. Pour examiner dans quelle mesure les différentes dimensions qualitatives de la couverture médiatique d'un titre donné ont un niveau suffisant, un échantillon représentatif de l'ensemble des sujets rédactionnels (ensemble des éditions pour les titres imprimés, pages d'accueil pour les sites d'actualités et émissions d'actualités pour la radio-TV) a été sélectionné (voir « Population et échantillon »).

Les sujets sélectionnés ont été codés selon des conventions définies de manière scientifique par des codeurs formés (pas de codage automatique). Ce codage de la qualité des médias s'est accompagné d'un processus d'évaluation garantissant l'attribution transparente et intersubjective des codes (voir « Assurance qualité du codage »).

Les codes développés forment des indicateurs qui permettent d'opérationnaliser les quatre dimensions définies. Des scorings attribués aux codes permettent de quantifier la qualité des sujets individuels et de la couverture médiatique globale d'un titre. Pour ce faire, les points attribués aux différents indicateurs sont agrégés pour que le résultat de l'analyse de contenu permette d'obtenir une évaluation de la qualité de la couverture médiatique des différents titres pour chacune des quatre dimensions définies ainsi qu'une évaluation sommative globale de la qualité (voir « opérationnalisation des dimensions qualitatives » et « calcul du résultat global de la qualité »).

Population et échantillon

La couverture médiatique rédactionnelle totale de 50 titres de Suisse alémanique et de Suisse romande en 2017 constituait l'objet de l'analyse de contenu. Les unités d'analyse étaient composées de tous les articles publiés dans les titres imprimés sélectionnés, de tous les articles des pages d'accueil des sites d'actualités et, dans le cas de la radio-télévision, de tous les reportages de l'émission sélectionnée. Sur la totalité des sujets, un échantillon représentatif de l'année 2017 a été défini pour chaque titre.

Les jours retenus pour l'échantillonnage ont été sélectionnés sous forme de semaines artificielles, pour que l'échantillon inclue tous les jours de la semaine pertinents, tout en s'étendant aléatoirement sur toute l'année. La taille de l'échantillon ne devait pas dépasser une marge d'erreur de 5% avec un intervalle de confiance de 95%. Les échantillons de tous les titres d'un même groupe de comparaison ont ensuite été prélevés sur les mêmes jours. Pour certains titres, des jours supplémentaires ont été pris en compte pour atteindre le nombre requis de sujets permettant de rester dans les limites de la marge d'erreur fixée.

Au total, l'échantillon sélectionné pour l'année 2017 comprend 20931 sujets (voir tableau « Echantillon médias » p. 79).

Assurance qualité du codage

Le codage de la qualité des médias a été effectué par dix étudiants-assistants avancés, qui travaillent en règle générale à 40% et sont au bénéfice d'au minimum une année d'expérience dans le codage de l'analyse de contenu. Pour garantir un codage de haut niveau, un processus d'assurance qualité en plusieurs étapes doit être respecté.

- La base du codage qualité est un manuel de codage détaillé qui définit des conventions sur des bases scientifiques et qui représente le guide de référence du codeur. Les nouveaux codeurs sont ensuite formés sur la base de ce manuel.
- Des séances hebdomadaires de deux heures sont organisées pour que les codeurs puissent discuter de leurs questions et des cas problématiques avec la direction de projet, au moyen d'exemples concrets.
- Des codages doubles sont régulièrement effectués – plusieurs codeurs codent alors le même article. Ces doubles codages permettent ensuite d'effectuer des tests d'intersubjectivité, afin d'identifier d'éventuels problèmes de codage et de contrôler la précision du codage. Si nécessaire, les codages existants peuvent être recontrôlés, et les articles recodés.
- Une fois le codage terminé, un contrôle systématique des données est effectué au moyen d'une analyse statistique de la répartition des codes par les différents codeurs. Si nécessaire, les codages existants peuvent être recontrôlés, et les articles recodés. Ce n'est qu'à ce moment-là que les données sont mises à disposition pour l'évaluation et l'analyse approfondies.

Opérationnalisation des dimensions qualitatives « pertinence », « contextualisation », et « professionnalisme » – indicateurs au niveau des articles

Pertinence – indicateurs : pertinence de l'article et pertinence des acteurs

La dimension qualitative « **pertinence** » repose sur le principe que la communication publique se doit de donner la priorité au général sur le particulier, à la société sur le privé. Les indicateurs utilisés pour opérationnaliser la pertinence de la couverture médiatique sont la pertinence de l'article et la pertinence des acteurs au niveau de chaque article.

L'article est considéré comme pertinent lorsqu'un sujet d'ordre politique, économique ou culturel (y compris arts, médias, religion, sciences) d'intérêt public est traité. Au sein des catégories d'actualités, un poids légèrement plus important est accordé à la politique. En effet, l'opinion publique politique assure les fonctions de concertation, d'intégration et de surveillance principales de l'autogestion démocratique. Les sujets de Sport et de Société peuvent également être pertinents dans la mesure où ils contribuent à la fonction

d'intégration. Toutefois, les informations magazine se concentrent dans une large mesure sur des aspects individuels et particuliers moins pertinents pour la communauté démocratique.

La pertinence des **acteurs** indique le niveau social auquel se situe principalement l'article : macro (société, sphères sociales et contextes institutionnels), meso (organisations, institutions) ou micro (individus). Le niveau macro est considéré comme le plus pertinent. L'article est considéré comme pertinent lorsqu'il se réfère à la population globale et à un espace géographique dans son ensemble (« Suisse », « Zurich », etc.), à un domaine entier (« l'économie suisse », « la politique internationale », etc.), à une catégorie entière d'acteurs (p. ex. « tous les usagers du rail », etc.), ou à certaines de leurs caractéristiques générales (« les seniors », « les hommes », etc.) ou à leurs fonctions (« les managers », « les politiciens », etc.). Lorsque les acteurs centraux d'un article sont des institutions (p. ex. « la place financière suisse ») ou des organisations (p. ex. des entreprises ou des partis), l'article se situe à un niveau meso. Enfin, lorsque les actions d'individus en particulier sont placées au cœur de l'article, celui-ci se situe au niveau micro. A ce niveau, les individus peuvent être représentés dans un rôle de proximité, donc proche de leur rôle premier (p. ex. « La conseillère fédérale Doris Leuthard défend la réforme »), anonyme (p. ex. « trois jeunes hommes ont été victimes d'un accident hier sur l'A1 »), ou dans un rôle éloigné, d'ordre privé (p. ex. récit de la vie privée d'une célébrité). Représenter un individu dans un rôle de proximité amène un bon résultat en termes qualitatifs, car il incarne alors une fonction plus générale, justifiant ainsi de la pertinence de l'article. En revanche, les articles thématiques des individus dans un rôle éloigné de leur fonction première démontrent une faible qualité.

Contextualisation – indicateurs : orientation thématique et part d'interprétation

Les fonctions de concertation, de surveillance et d'intégration de la communication publique ne peuvent être accomplies que lorsque les médias d'information ne se concentrent pas uniquement sur les événements du jour, mais proposent également des éclairages approfondis. Ainsi, la dimension « **contextualisation** » repose sur le fait que les médias ne doivent pas se contenter de traiter des événements qui font l'actualité, mais doivent également parvenir à les placer dans un contexte plus général. La contextualisation se réfère à l'inscription des événements actuels dans une évolution sur le long terme et dans un contexte général. D'autre part, la mise en lumière d'intérêts, d'interprétations et de stratégies, la diffusion d'opinions et de positions sont également signe de qualité dans la mesure où les actions des acteurs impliqués sont relatées de manière transparente, retraceable et critiquable. Les indicateurs utilisés pour mesurer le niveau de contextualisation d'un article sont l'orientation thématique et la part d'interprétation.

L'**orientation thématique** définit la mesure dans laquelle un article offre une contextualisation thématique des événements traités. Il faut en effet partir du principe qu'au vu des flux incessants d'informations qui caractérisent le journalisme d'information d'aujourd'hui, une couverture contextuelle joue un rôle décisif en termes de qualité. Une qualité élevée est attestée lorsque le contexte et les relations sont présentés et expliqués de manière complète ou que des problématiques actuelles sont mises en lumière ou révélées (thématique).

La part d'**interprétation** se rapporte au genre de l'article et indique le potentiel d'un article à transmettre des interprétations, des opinions et des positions. Dans le cas de portraits et de reportages, l'accent est placé sur une représentation interprétative et sur une analyse explicative. Les formats qui laissent une large place à l'opinion personnelle, comme les commentaires, les entretiens ou les blogs, permettent de présenter et de justifier des points de vue subjectifs. Les deux formats offrent la possibilité de comprendre ces points de vue et de favoriser le processus de formation d'opinion.

Une contextualisation interprétative apparaît également lorsq**cqm-18** article ne couvre pas uniquement des faits, mais présente également des points de vue différents et controversés afin de les expliciter. La qualité de ce type d'articles est considérée comme élevée à cause de leur apport en termes de part d'interprétation. En revanche, la part d'interprétation est considérée comme faible lorsqu'un article contient une part prépondérante de contenus externes retravaillés, ou qu'il est constitué uniquement de contenus externes (p. ex. dépêches d'agences ou communiqués de presse).

Professionalisme – indicateurs : objectivité, transparence en matière de sources et apport propre

La dimension qualitative « **professionalisme** » est considérée comme un critère important dans l'atteinte des objectifs théoriques inhérents à la communication publique et constitue le fondement de la profession de journaliste. Au niveau de l'analyse de contenu, les indicateurs utilisés pour mesurer le professionnalisme de la couverture médiatique sont l'objectivité, la transparence des sources et l'apport propre.

L'**objectivité** se rapporte à la forme d'argumentation dominante d'un article. Un sujet peut être rédigé selon un argumentaire rationnel (cognitivo-normatif) : les événements sont rapportés et thématiques de manière nuancée, des conclusions sont tirées, des positions pour et contre sont présentées et les revendications et critiques avancées sont étayées. A l'opposé, on trouve des articles au ton émotionnel, militant voire polémique (style émotionnel) : les sentiments sont étalés, les déclarations subjectives d'individus sont placées au cœur du sujet et l'émotion est ainsi suscitée sans équilibrer ou transmettre des arguments. La forme d'argumentation cognitivo-normative assure l'objectivité. Elle constitue un prérequis fondamental pour une compréhension démocratique, à savoir pour que la norme selon laquelle « la contrainte non contraignante de l'argument le meilleur (Habermas) » puisse prévaloir. Les communications interpersonnelles deviennent alors possibles, et dans le débat, l'argument le meilleur est mis en valeur. Au contraire, la forme d'argumentation morale et émotionnelle est d'une qualité moindre. Même s'il importe de reconnaître que l'émotionnel joue un rôle important dans la mobilisation de l'opinion publique, le constat selon lequel la subjectivité et les descriptions émotionnelles réduisent les chances de co-apprentissage et de communication interpersonnelle pèse plus lourd. Ainsi, la conception fondée et rationnelle qui sous-tend la communication publique est entravée.

La **transparence des sources** fait référence aux règles de la profession qui exigent de mentionner clairement les auteurs et les sources d'un article donné. Il ne s'agit pas ici de trahir l'identité d'informateurs dans le cadre d'un journalisme d'investigation, mais de documenter les sources utilisées. La transparence des sources est assurée lorsque l'article est clairement attribué, que ce soit en citant le nom complet de l'auteur, une abréviation, une référence à la rédaction ou à une agence. La transparence des sources n'est pas assurée lorsque cette attribution manque.

L'**apport propre** fait référence à la paternité d'un article. Les contenus d'une rédaction obtiennent plus de points que les dépêches d'agences. Les textes d'auteurs invités ou d'experts externes ainsi que les articles résultants de collaborations entre plusieurs titres obtiennent un score moyen. La qualité d'un titre est attestée lorsque l'apport journalistique provient de la rédaction elle-même, qui démontre sa capacité professionnelle. L'apport propre fait ainsi référence à la compétence journalistique qui résulte des différentes rubriques dans lesquelles une expertise sur des thèmes spécifiques peut se constituer au fil du temps.

Tableau de résultats

Les différentes catégories auxquelles appartiennent les indicateurs reçoivent des points qui permettent une quantification des codes qualitatifs. Ces points constituent la base de la formation des résultats qui permettent de mesurer les différentes dimensions qualitatives définies.

Pertinence	
Pertinence de l'article	
Politique	100
Economie	90
Culture (y c. arts, médias, religion, sciences)	90
Sport	40
Société	30
Pertinence des acteurs	
Niveau macro	100
Niveau meso	80
Niveau micro – rôle de proximité	60
Niveau micro – autres catégories	50
Niveau micro – anonyme	30
Niveau micro – rôle éloigné	10
Contextualisation	
Orientation thématique	
Thématique-explicatif	100
Thématique-précurseur	80
Episodique-rétrospectif	50
Episodique-ponctuel	10
Part d'interprétation	
Portrait, reportage	100
Format d'opinion (commentaire, éditorial, compte rendu)	100
Interview	90
Blog	80
Article rédactionnel	80
Contribution révisée par la rédaction	50
Contenu livré, ticker	10
Professionnalisme	
Objectivité	
Style cognitivo-normatif	100
Style émotionnel	20
Transparence des sources	
Illustration de l'article	100
Pas d'illustration de l'article	10
Apport propre	
Rédaction – correspondant	100
Rédaction – membre	90
Auteur invité, expert	70
Coopération rédactionnelle	50
Agence / rédaction, agence / coopération	30
Agence, service de presse, licence	10

Tableau : tableau de résultats avec indicateurs, catégories et points obtenus

Calcul des dimensions qualitatives au niveau des articles individuels

Les résultats globaux des différentes dimensions qualitatives sont obtenus à partir des points acquis dans les différentes catégories d'indicateurs et synthétisés dans le tableau des résultats. Ainsi, chaque article obtient un résultat pour la pertinence, la contextualisation et le professionnalisme. Ces résultats démontrent un degré élevé de cohérence interne et sont bien délimités. Le calcul des résultats qualitatifs est effectué de telle manière qu'une échelle s'étende de 0 à 100. 0 signifie une qualité minimale, et 100 une qualité maximale.

Les formules utilisées pour calculer le résultat reflètent la conception de la qualité en interaction avec les différents indicateurs. La pertinence d'interpréter les différents indicateurs individuellement est donc limitée. Seule leur combinaison au niveau des différentes dimensions qualitatives constitue des unités de mesure valides et significatives.

Exemple de résultat en termes de pertinence : une très bonne qualité en termes de pertinence des articles ne permet pas de compenser, ou de « modérer » une mauvaise qualité en termes de pertinence des acteurs. Une contribution politique (« politique » – 100 points), qu'un politicien thématise sur une forme privatisée et dans un rôle éloigné (« micro – rôle éloigné » 10 point) obtient un résultat très mauvais de 10 en termes de pertinence (sur une échelle de 0 à 100). Ce résultat est dû au fait que le résultat en termes de pertinence résulte d'un indice multiplicateur obtenu à partir des deux indicateurs. En revanche, pour la contextualisation, un indice additif est utilisé car l'orientation thématique et la part d'interprétation sont des qualités complémentaires. Les résultats sont ensuite transformés pour que leur valeur se situe entre 0 et 100 : dans le cas d'indices multiplicateurs, ils sont divisés par 100, et dans le cas d'indices additifs, la valeur moyenne est calculée.

Pertinence : indice multiplicateur obtenu à partir des composantes pertinence des articles et pertinence des acteurs

Contextualisation : indice additif obtenu à partir des composantes orientation thématique (pondération 60%) et part d'interprétation (pondération 40%)

Professionnalisme : indice multiplicateur obtenu à partir des composantes objectivité et du total moyenné de la transparence des sources et de l'apport propre.

Longueur des contributions comme facteur de pondération

La longueur des contributions est mesurée au moyen du nombre de caractères pour les médias imprimés et en ligne, et sur la base du nombre de secondes des reportages pour la radio et la télévision. A des fins de comparabilité entre les textes imprimés et en ligne et les reportages radio-TV, une conversion est effectuée : 20 caractères correspondent à une seconde. La longueur des contributions ne constitue pas un indicateur de qualité à elle seule. Elle est en revanche utilisée comme facteur de pondération. Un reportage ou un éditorial de 5000 caractères a ainsi plus de poids sur le bilan qualité d'un titre qu'une brève de 500 caractères. Les reportages approfondis, qu'ils soient de bonne ou de mauvaise qualité, ont ainsi un poids plus important que les contributions plus courtes (tableau 86).

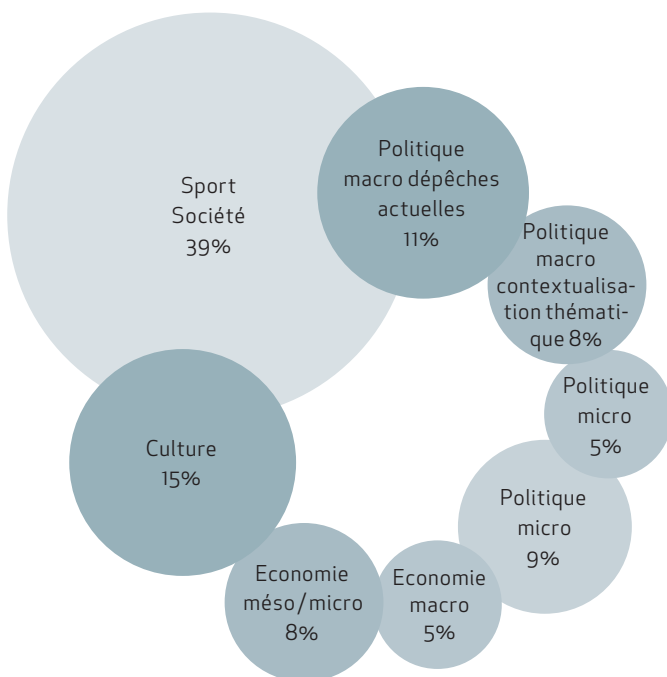
Caractères	Secondes	Pondération
Jusqu'à 399	Jusqu'à 19	1
400-799	20-39	2
800-1199	40-59	3
1200-1799	60-89	4
1800-2399	90-119	5
2400-2999	120-149	6
3000-3599	150-179	7
3600-4199	180-209	8
4200-4799	210-239	9
4800 et plus	240 et plus	10

Tableau : Pondération au niveau des articles

Opérationnalisation de la dimension qualitative « diversité » – indicateurs au niveau des titres

Diversité – indicateurs : diversité des contenus et diversité géographique

La dimension qualitative « diversité » découle de l'exigence de l'universalité d'une communication publique. Aucun thème, aucune opinion, aucun acteur ne saurait être par principe exclu de la communication publique. Ni le choix des problèmes qui doivent être résolus dans l'intérêt général (fonction de concertation), ni le contrôle des représentants du pouvoir ou de l'Etat de droit et de ses trois pouvoirs (fonction de surveillance), ni la fonction d'intégration ne pourraient être respectés sans une norme qui définit l'universalité d'une communication publique. C'est pourquoi une couverture médiatique diversifiée est une exigence de qualité incontournable.



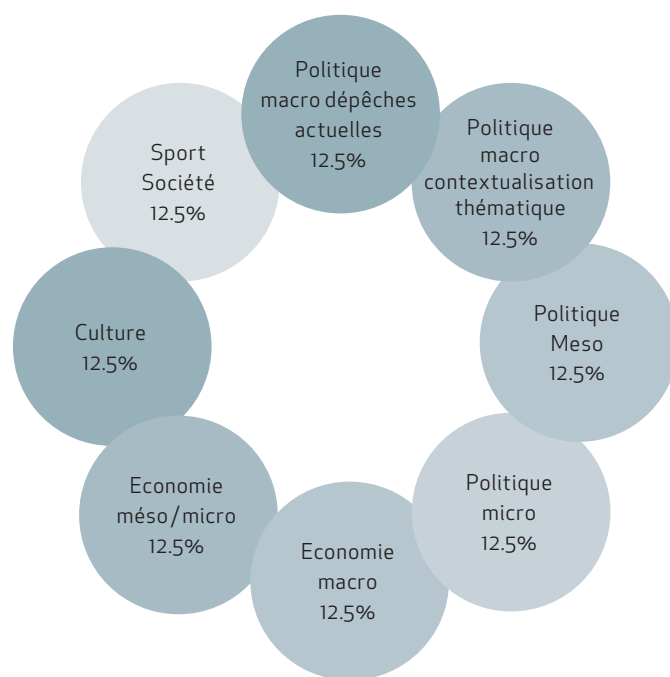
Répartition réelle

Schéma : répartition réelle et répartition idéale des combinaisons de catégories de la diversité des contenus (la surface correspond au pourcentage)

Par opposition aux trois dimensions qualitatives « pertinence » ^{QCM-18} « contextualisation » et « professionnalisme », qui peuvent être mesurées au moyen d'un codage réalisé au niveau des articles, la diversité est une mesure de répartition définie au niveau des titres en tant que mesure agrégée. Ainsi, la diversité est une qualité qui ne transparait pas dans chaque article individuel, mais à travers la globalité des articles d'un titre donné. Les indicateurs utilisés pour mesurer la diversité, ou l'unilatéralisme, d'un titre, sont la diversité des contenus et la diversité géographique.

La **diversité des contenus** se fonde sur des codes prédéfinis au niveau des articles individuels, qui forment des combinaisons de catégories des domaines de la société (pertinence de l'article) et au niveau social (pertinence des acteurs) et sur une différenciation entre couverture médiatique épisodique et thématique (orientation thématique).

Afin de pouvoir quantifier la qualité de la diversité, une répartition de référence de la combinaison des catégories doit être définie. La répartition des combinaisons de catégories doit former une répartition idéale pouvant être justifiée sur le plan normatif, tout en représentant un modèle empirique et réaliste que les médias de portée générale peuvent atteindre. En partant de la répartition empirique réelle (l'ensemble des 20931 articles), une répartition idéale équilibrée est définie.



Répartition idéale

La définition de la répartition idéale prévoit un rapport équilibré entre les huit combinaisons de catégories. La répartition idéale des catégories d'informations magazine Sport et Société est nettement réduite par rapport à la répartition réelle (42% à 12.5%). Les informations magazine, respectivement les articles de société / faits divers représentent dans une certaine mesure un moyen incontournable pour attirer l'attention du public et le fidéliser. Toutefois, ils ne doivent pas prendre le dessus, faute de quoi la pertinence de la communication publique chute. Au niveau de la répartition idéale, la couverture médiatique politique obtient un plus grand poids en raison de son importance dans le débat de société (pour les quatre combinaisons politiques : 33% à 50%). La couverture médiatique au niveau macro (25% au total) est répartie à parts égales entre les actualités et les contextualisations thématiques. Les trois catégories de la couverture médiatique économique soient les niveaux micro, meso et macro, ainsi que la couverture, ainsi que la couverture médiatique culturelle, se voient chacune attribuer une part de 12.5% dans la répartition idéale.

La quantification de la diversité est obtenue sur la base de la formule de l'indice Shannon, une mesure de la diversité utilisée aussi bien dans la recherche sur les médias que dans d'autres disciplines comme l'écologie, pour mesurer la biodiversité. La diversité des contenus est ainsi obtenue de la manière suivante, où i représente le nombre de combinaisons de catégories, soit 8 dans le cas présent :

$$H = \left(\frac{\sum_i \text{anteil}_i \times \log \text{anteil}_i}{\log i} \right)^2 \times 10$$

Au niveau de la répartition idéale, on obtient un indice de 100, qui représente une diversité des contenus maximale. Une valeur de 0 représente une diversité des contenus minimale. Elle apparaîtrait dans le cas où la totalité des articles d'un titre donné appartiendrait à une seule et même combinaison de catégories. L'indice de la répartition réelle représentée est de 76.7. Sur le plan qualitatif, cette valeur peut être interprétée comme une bonne diversité des contenus. Toutes les combinaisons d'actualités sont couvertes – plus ou moins bien – les déductions sont le résultat d'une surreprésentation des informations magazine.

La **diversité géographique** capture la mesure dans laquelle un titre donné inclut différents territoires géographiques dans sa couverture médiatique. Le codage permet d'identifier à quel(s) espace(s) géographique(s) l'article se réfère. Trois catégories sont distinguées : (1) local / régional, (2) Suisse, national / Suisse, bilatéral avec l'étranger, (3) étranger, (4) multinational (se rapporte à plusieurs Etats, UE, ONU etc). La catégorie (1) local / régional n'est pas utilisée dans la formation de l'indice de la diversité géographique afin de garantir la comparabilité des différents titres et de ne pas pénaliser les titres qui ont par nature un ancrage local / régional (p.ex. quotidiens locaux ou radio-diffuseurs privés). La diversité géographique est donc calculée à partir de la quantité de couverture médiatique après déduction de la couverture locale et régionale.

L'indicateur de diversité géographique calcule ainsi l'écart avec une couverture équilibrée des espaces géographiques Suisse, étranger, et multinational. Une formule adaptée de l'indice de Shannon est aussi utilisée ici. L'analyse de la répartition réelle des 20 931 articles montre que la diversité géographique est déjà dans une grande mesure réalisée. En effet, le score obtenu est de 93.3, en sachant que 100 représente une diversité géographique maximale et 0 une diversité géographique minimale, soit une concentration maximale sur un seul espace géographique.

La dimension qualitative « diversité » résulte de la multiplication des indicateurs de la diversité des contenus et de la diversité géographique.

Diversité : indice multiplicateur qui résulte de la diversité des contenus et de la diversité géographique.

Calcul du résultat global de la qualité

Le **résultat global de la qualité** pour un média donné est un indice additif qui résulte des trois scores obtenus au niveau des articles, à savoir la pertinence, la contextualisation et le professionnalisme, pondérés par la mesure de la longueur des articles, et par le résultat de la diversité calculé au niveau du titre dans sa globalité.

$$\text{Qualität} = \frac{(\text{Pertinence} + \text{Contextualisation} + \text{Professionnalisme}) \times \text{Longueur des contributions} + \text{Diversité}}{4}$$

Module: qualité de la couverture médiatique

Prof. Dr. Mark Eisenegger est Professeur ordinaire en sciences de la communication à l'Université de Zurich (IKMZ) ainsi que directeur de l'institut fög – Institut de recherche sur la sphère publique et la société de l'Université de Zurich.



lic. phil. Lucie Hauser est directrice générale du fög – Institut de recherche sur la sphère publique et la société de l'Université de Zurich.

Jörg Schneider, M.A., est spécialiste en recherches sociales et de marché ainsi que chef de projet du fög – Institut de recherche sur la sphère publique et la société de l'Université de Zurich.

Module: perception de la qualité

Prof. Dr. Diana Ingenhoff est Professeure ordinaire en sciences de la communication, en particulier en communication des organisations et en gestion de la communication, au Département des sciences de la communication et des médias de l'Université de Fribourg.



Dr. Philipp Bachmann est maître-assistant à l'Institut des sciences de la communication et des médias de l'Université de Zurich (IKMZ) dans le département «Media Economics & Management».

Le Classement de la qualité des médias (CQM) est dirigé et publié par l'Association fondatrice pour la qualité des médias en Suisse.

Créée en 2014, l'association compte plus de 40 membres. Ses fondateurs sont des personnalités issues du monde des médias, de la politique et de l'économie. Font partie du comité fondateur: Sylvia Egli von Matt, ancienne directrice de l'Ecole suisse de journalisme, Andreas Durisch, Managing Partner Dynamics Group AG, Bruno Gehrig, Président de Swiss International Air Lines jusqu'en 2016, ainsi que l'ancien Conseiller d'Etat zurichois Markus Notter, qui préside l'Association depuis lors. Lors de l'assemblée générale d'avril 2016, Tobias Trevisan, ancien responsable d'édition (Tamedia, NZZ, FAZ) et entrepreneur, a rejoint le comité et il a été nommé Président en 2017. En 2017, Geri Aebi, Viceprésident de Wirz Gruppe a rejoint le comité.

Comme le stipule l'article 2 de ses statuts, l'association a pour but la promotion de la qualité des médias d'information en Suisse, dans les secteurs des médias imprimés et électroniques, de la radio, de la TV. Pour accomplir cet objectif, l'association peut créer une fondation qui, par le développement et l'exploitation d'une institution indépendante de notation, est à même d'évaluer la qualité des médias de manière neutre et équitable.

Un comité de pilotage est responsable du projet CQM. Il est composé de trois délégués du comité et d'un représentant de chacun des trois instituts participants. Une évaluation indépendante et scientifique menée par les instituts mandatés est garantie.

L'Association fondatrice pour la qualité des médias est également responsable du financement du CQM. D'une part, les membres soutiennent les activités de l'association par leurs cotisations et leurs dons. La majeure partie des moyens mis à disposition pour le projet provient de donateurs, lesquels ont alloué des montants annuels allant de CHF 10 000.- à 30 000.-.

Les donateurs suivants ont apporté leur soutien à ce deuxième Classement de la qualité des médias:

ABB Asea Brown Boveri Ltd
Adecco
AMAG
Daniel Brunner, doku-zug.ch
Denner AG
Die Mobiliar
Novartis International AG
Stiftung für Meinungsfreiheit und MedienVielfalt
Swiss Re AG



© 2018 Association fondatrice
pour la Qualité des Médias en Suisse
c/o Dynamics Group Utoquai 43
8024 Zurich
043 268 27 47
info@medienqualitaet-schweiz.ch
www.medienqualitaet-schweiz.ch
www.cqm-suisse.ch

Design :
Comuniq, 8001 Zurich

Traduction :
Tralingua, Andrea Häuptli, 8051 Zurich

Lecteur :
Jérôme Chariatte, jerome.chariatte@unifr.ch

Impression :
Neidhart + Schön AG, 8037 Zurich

Papier: PlanoJet extra-blanc FSC